

Université Lyon 2 Lumière

Ecole Doctorale : Sciences de l'Éducation, Psychologie, Sciences de l'Information et
de la Communication

Institut de la Communication

GROUPE TRIANGLE – UMR 5206

La Torpille Numérique

*Problématiques métier de l'exploitation
cinématographique à l'heure des multiplexes et
des offres multi-supports*

Benjamin LESSON

Thèse présentée en vue de l'obtention du titre de docteur en Sciences de
l'Information et de la Communication

Sous la direction de M. Bernard LAMIZET

Présentée et soutenue publiquement le 13 décembre 2011

Membres du jury :

Serge CARDINAL, Professeur des Universités, Université de Montréal

Laurent CRETON, Professeur des Universités, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle

Jean-Joseph GOUX, Professeur des Universités, Université Rice

Remerciements

Je voudrais, avant tout, remercier très sincèrement M. Bernard Lamizet d'avoir été intéressé par mon sujet et pour m'avoir accompagné tout au long de mes recherches. Je voudrais plus précisément le remercier et faire reconnaître deux de ses plus grandes qualités : la bienveillance et l'exigence. Ce sont à deux qualités absolument déterminantes pour accompagner les recherches d'un jeune doctorant. M. Lamizet a donc fait preuve de présence, « d'humanité » et d'ouverture d'esprit, sans pour autant oublier une rigueur de réflexion et un encadrement strict de mes réflexions. J'espère que le présent travail possède les mêmes qualités.

Je souhaite également remercier M. Zancarini et toute l'équipe de recherche TRIANGLE d'avoir accepté de m'intégrer parmi eux. Ce qui aurait pu contribuer à l'avortement de ma thèse – puisque mes recherches ne se situent pas strictement dans leurs problématiques classiques – a finalement conduit à une ouverture de mon travail vers des problématiques que je n'avais pas encore envisagé.

Je souhaite, par ailleurs, remercier messieurs Serge Cardinal, Laurent Creton et Jean-Joseph Goux – dont les théories ont toutes leur importance dans l'élaboration de la présente thèse - de me faire l'honneur d'accepter d'évaluer mon travail au titre de rapporteurs et de jury.

Il est, à ce titre, important de faire une petite remarque particulière pour M. Serge Cardinal. Je tiens à présenter mes humbles excuses pour ne pas citer manifestement vos textes ; lors de la rédaction, je n'ai pas réussi à mettre des liens évidents. Cependant si ma thèse ne reconnaît pas immédiatement vos qualités de chercheurs en le citant, j'insiste néanmoins sur vos qualités d'enseignant, qualités ô combien importantes, qui sont souvent négligées et dont des citations dans un texte ne rendent pas compte à leurs justes valeurs. Sans votre rencontre, je n'aurais peut-être jamais fait de thèse et je n'aurais absolument pas travaillé sur Stanley Cavell. Il y a une influence dans mon travail, même si elle est plus sybilline. J'espère ainsi très sincèrement ne pas vous avoir offensé et j'espère également pouvoir avoir l'occasion, dans l'avenir, de me rapprocher plus manifestement de vos travaux.

Je tiens, évidemment, à remercier les exploitants et les responsables d'association, pour le travail qu'ils font, et pour leur amabilité de m'avoir accordé un entretien, en espérant que d'une manière ou d'une autre, cette thèse sera un contre-don

Je souhaite également remercier quelques enseignants-chercheurs qui ont, eux aussi, eu l'amabilité d'avoir entendu mes problématiques et de m'avoir proposé quelques perspectives théoriques et/ou méthodologiques. Je pense notamment à M. Jean-Michel Besnier, mais aussi M. Martin Barnier qui m'a introduit auprès de quelques exploitants lyonnais et m'a fait don de quelques ouvrages d'histoire du cinéma que j'aurais l'occasion de citer dans les prochaines pages. Je tiens également à remercier Andrea Allerkamp qui m'a beaucoup éclairé sur Walter Benjamin, sur des références et sur des notions dont les subtilités germaniques ne m'étaient pas évidentes.

Je tiens à remercier ma famille qui m'a constamment soutenu tout au long de ma vie d'écolier, de lycéen et d'étudiant. Sans eux, je ne serais pas ce que je suis. Mes parents, chacun à leurs manières, m'ont offert des perspectives de compréhension du monde, ainsi que des cultures du cinéma différentes, mais également complémentaires : c'est toujours un étonnement renouvelé et une richesse du monde qu'ils m'offrent.

Participent également, mais d'une autre manière, mes amis dont la qualité d'écoute m'a parfois aidé à clarifier mes idées ; ce n'est là que le moindre de leurs mérites. Ils m'ont aussi aidé à ne pas rester constamment « la tête dans le guidon ».

Il y a, évidemment, toujours des personnes qui sont oubliées dans les remerciements. Je tiens à m'excuser auprès de celles-ci. Je pense que j'aurais, d'une manière ou d'une autre, l'occasion d'y remédier.

Mais il y en a une que je ne dois absolument pas oublier, il y a une personne qui a été, à sa manière, absolument essentielle et déterminante dans l'aboutissement de mon travail. Je pense à Émilie, qui, avec sa patience et son soutien de tous les instants (et dieu sait qu'il y en a de difficile dans une thèse), m'a non seulement aidé à aller au bout de ce travail, mais, également, à profiter de la vie. Une sorte de source de jouvence pour moi...

Table des matières

(VOLUME 1)

Remerciements.....	3
Table des matières	5
Avant Propos : Du grégaire au binaire.....	11

INTRODUCTION	15
A. Thématique	15
B. État de recherche	16
C. Le cinéma saisi à l'aune de la médiation culturelle	20
D. Première mise au point	22
E. Affinement de la problématique	33
F. Pistes de recherche et de réflexion.....	36
G. L'axe horizontal et l'axe vertical de la problématique	42
H. Objectifs de la thèse	45
I. Corpus.....	46
J. Développement du plan.....	51

PARTIE I : LE CINÉMA COMME MÉDIATION AUDIOVISUELLE DE L'EXPÉRIENCE. LA MÉDIATION CULTURELLE À L'AUNE DU FLUX ET DU POSTMODERNE.....58

Introduction : La culture, l'Art et le spectacle cinématographique	59
A. La culture	60
B. L'Art.....	72
C. Le spectacle cinématographique.....	82

I. L'évolution des logiques culturelles et la place du spectacle cinématographique	85
A. Les sources, les portées et les limites de la conception moderne de médiation culturelle	86
i. Expérience artistique, affect et sociabilité : les questions de Platon	87
ii. Walter Benjamin comme témoin de la reproduction des problèmes platoniciens à l'heure de la mécanisation moderne	96
iii. L'expérience et l'évènement comme problématique de l'esthétique chez Kant	100
iv. Aux sources de la problématiques de Benjamin : usages et mésusages de l'esthétique de Kant	107
v. Les médias et la reproductibilité technique comme exemples radicaux du problème de singularité	122
vi. Les fondements de la réflexion contemporaine	127
B. Le droit de regard	131
i. Droit de regard et droit accordé par le regard	131
ii. L'expérience et le point de vue	135
iii. L'articulation politique / esthétique.....	142
iv. Les enjeux problématiques contemporains : la question de la relation	149
C. Les structures du spectacle cinématographique comme expression de la modernité	150
i. Le cinéma et le réel : un double dispositif qui offre une critique du « partage du sensible »	151
ii. Ni un art pictural, ni un art théâtral.....	159
iii. Un art sans auteur ?	164
iv. Un art pour flâneur et pour braconnier	165

II. La médiation culturelle à l'aune des problématiques de flux et la place du spectacle cinématographique.....	175
A. Les relations signifiantes générées par Internet et les NTIC : l'émergence des problématiques de flux	179

i. Les innovations infrastructurelles et la nouvelle détermination du bien culturel	180
ii. Les nouveaux usages et les nouvelles problématiques de l'usager	184
iii. Quelques business plans et perspectives stratégiques propres à la logique de flux : l'économie de l'attention	186
B. Le réel et le virtuel, les nouveaux espaces critiques	198
i. Un « partage du sensible » de plus en plus complexe	198
ii. Le postmoderne comme contexte dominant de déni de la distanciation symbolique	209
iii. Les problématiques esthétiques telles que refondées par la question du flux : l'articulation virtuel / réel / actualisation et l'émergence de nouveaux espaces critiques	218
iv. L'apparition progressive de la question des déterminations de l'interprétation : l'esthétique de l'imprévisible et la question de l'actualisation	224
C. Les esthétiques du virtuel et leurs incidences possibles sur l'esthétique du cinéma	230
i. Une proposition d'esthétique de l'actuel et du virtuel	230
ii. Une incidence sur l'esthétique cinématographique : la mise en avant de l'importance de la dimension hétérotopique de la salle dans la relation signifiante	245
iii. Des propositions qui problématisent plus directement l'hétérotopie	251
iv. Les possibilités offertes aux exploitants et la détermination de leur rôle	266
 Conclusion : Du désir vers le conatus	 272
A. Résumé du problème de la médiation culturelle à l'heure de l'idéologie postmoderne	273
B. Les problématiques esthétiques du flux : à travers les usages des dispositifs on peut problématiser la disposition des sujets et des objets	276
C. Vers un nouvel ordonnancement de l'œuvre, du spectateur et de la logique de sociabilité	283
D. la place du médiateur « révélée » dans cet ordonnancement	289
E. La position problématique du spectateur : entre sujet et individu, entre désir et conatus	294

PARTIE II : L'ESPACE PUBLIC CINÉMATOGRAPHIQUE ET LA PLACE DE L'EXPLOITANT.....303

Introduction : La pratique, le champ et le marché..... 304

I. L'espace public cinématographique : La construction d'une pratique et la construction d'un champ.....	313
A. La construction de la pratique cinématographique	315
i. De la curiosité scientifique à un art visuel « muet » (1895-1929)	316
ii. L'émergence du cinéma parlant et de la condition moderne du cinéma (1930-1959)	332
iii. L'institutionnalisation bipolaire du cinéma : les logiques du marché et la reconnaissance du mouvement art et essai (1959-1980) ;	345
iv. La crise des années 1980 et l'émergence d'un nouveau paradigme (1981-1993)	365
v. Le cinéma inscrit dans une logique de communication (1993-2010)	372
B. Construction du champ de l'exploitation : émergence d'une fonction et de stratégies relatives à l'espace public cinématographique.....	380
i. La période des entrepreneurs et le cinéma muet (1895-1929) :	382
ii. L'émergence du cinéma parlant (1930-1959) ;	388
iii. La maturité du marché et la reconnaissance du mouvement art et essai (1959-1980)	395
iv. La crise des années 1980 et l'émergence d'un nouveau paradigme (1981-1993)	399
v. Le cinéma inscrit dans les industries de contenu (1993-2010)	401

(VOLUME 2)

II. Comment le marché des industries de contenu intègre l'économie du cinéma : la subversion de la question de sociabilité.....	416
A. L'assimilation progressive de l'exploitation cinématographique	418
i. Du Boniment aux complexes : l'oubli progressif de l'importance de la sociabilité	419
ii. L'art et essai : un « retour aux sources » biaisé	427
iii. La logique des multiplexes versus une logique des indépendants ? Deux aspects consubstantiels du cinéma qui se séparent : le pictural et le spectacle	438

iv. Le jeune public comme lieu de conflits entre les institutions et le marché.....	447
B. L'articulation institution/espace public dans le discours critique et l'assimilation de l'espace public cinématographique dans le marché.....	470
i. L'oubli progressif de l'articulation institution / esthétique dans le discours critique.....	470
ii. L'articulation institution / esthétique dans le discours critique et sa subversion dans l'appareillage du marché : la « torpille télévisuelle »	479
iii. L'articulation institution / esthétique dans le discours critique et sa subversion dans les commercialisations connexes : la « torpille » de l'intermédiation.....	483
iv. Comment le marché se construit comme seul référent possible : l'économie des singularités et la désingularisation.....	491
v. La globale perte de puissance des institutions face au <i>métamarché</i>	502
Conclusion.....	507
A. Le pansynchronisme du métamarché comme pendant spéculaire de l'illusion de totalité du postmoderne	507
B. ouverture problématique : redonner une position claire au sujet et une visibilité des problématiques globales	515
C. Le numérique : de la « torpille » aliénante à l'outil d'une offre réellement alternative	517
 Partie III : CRITIQUE DE L'ÉCONOMIE POLITIQUE ET SYMBOLIQUE DU CINÉMA. UNE PROPOSITION DE PRAXIS DE L'EXPLOITANT	520
Introduction.....	521
A. Problématique contemporaine du droit de regard : Géopolitique des contenus et position relative du sujet	522
B. Les conditions possibilité d'une posture critique	527
C. Vers un nouveau paradigme de structuration socioéconomique : le <i>lobal</i>	531
D. Critique de l'économie politique et symbolique : une autre définition de l'économie.....	533
 I. Critique l'économie politique et symbolique de la médiation culturelle.....	536
A. une économie qui s'est logiquement désencastrée.....	536
i. Economie anthropologique / économie de marché.....	537
ii. Ce que partagent l'esthétique, les institutions et le marché : la structure pyramidale.....	541
iii. L'activité critique comme révélation de l'inconscient du capitalisme.....	545
iv. La dialectique Valeur d'usage/ valeur d'échange comme moteur problématique du « désencastrement »	550
B. Historique de l'évolution de l'idéalisation et les logiques de médiations culturelles correspondantes.....	555
i. Platon et la formulation d'équivalents universels	555
iii. Walter Benjamin	561
iv. Cavell, Jameson	564
C. Pour en finir avec le Postmoderne.....	569
i. L'aliénation nécessaire, l'aliénation arbitraire et le dépassement de ce problème dans l'échange symbolique.....	570
ii. La « frivolité de la valeur » comme expression économique de la question de l'échange symbolique	576
iii. Dépasser la perte d'historicité.....	579
iv. Perspective positive (nécessité de l'entente)/ perspective négative (insignifiance, aliénation).....	582
v. Le capital immatériel, la dématérialisation des échanges et la « dématérialisation de l'art ».	584
D. Les procès d'échanges esthétiques et leurs déterminations.....	588
i. La fonction de l'œuvre d'art dans le « partage du sensible » : l'investissement psychique et les contre-investissements formels	590
ii. Le « travail du spectateur » : l'investissement des forces signifiantes et les contre-investissements interprétatifs.....	597
iii. L'impact de l'idéologie sociale, impact sur l'idéologie ; la question du dispositif.....	601
iv. Le marché et les dispositifs de jugement.....	607
 II. Critique de l'économie politique et symbolique du cinéma : circonscription de la praxis de l'exploitant.....	613

A. La centralisation de la valeur sur le film et ses incidences sur la définition de la pratique cinématographique	617
i. Centralisation de la valeur et de la signification sur le film : le film comme centre de l'attention et de la signification	619
ii. Centralisation de la valeur du diffuseur sur le rythme de diffusion : la norme de l'actualité	625
iii. L'indifférenciation support / contenu	629
B. L'organisation marchande du cinéma et la participation des acteurs de l'espace public cinématographique dans cette organisation	632
i. Les valorisations du cinéma	635
ii. Requalification des exploitations : Factor / mercator dans la médiation singulier / collectif	643
iii. Factor / mercator dans l'articulation institution / esthétique	659
iv. Première caractérisation d'une exploitation factor : l'inscription d'une logique (dialectique) de médiation dans (et malgré) le marché des singularités	676
C. L'articulation spectateur / film : le « site du film »	687
i. Valeurs d'usage / valeurs d'échange ; valeur et signification dans le site du film	688
ii. Les 4 phases d'appréciation du film de cinéma et leurs valeurs respectives	690
iii. Les versants objectifs de l'échange symbolique film / spectateur	704
iv. Les échanges inconscients : les diverses implications du spectateur	709
D. L'articulation spectateur/collectif : le « site du dispositif »	714
i. Valeur d'usage / valeur d'échange	715
ii. Les quatre phases de l'appréciation telles qu'engagées par le dispositif	716
iii. Les versants objectifs	735
iv. Les échanges inconscients	743
 Conclusion: de la critique à l'alternative	 753

CONCLUSION GÉNÉRALE756

A. Quelques perspectives et propositions	756
i. Les perspectives associatives et les problématiques selon les contextes	759
ii. Quelques propositions stratégiques	786
iii. Les exploitants et les pouvoirs publics : requalifier l'exploitant et revaloriser sa fonction dans l'économie du cinéma	790
iv. Des référentiels-métier à construire à l'aune de la médiation cinématographique	801
B. Recul critique sur le travail : portées et limites de cette réflexion	805
i. Sur le plan professionnel	806
ii. Sur le plan universitaire	808

(VOLUME 3)

ANNEXES.....814

Documents visuels	814
Annexe 2 : business plan de l'entreprise Kinépolis	815
Annexe 3 : Le regard Marty Feldman	816
Annexe 4 : Le schéma de l'économie des singularités	817
Annexe 5 : CNP Terreaux, Lyon et le multiplexe Pathé, Conflans-Sainte-Honorine	818
Documents	819
Annexe 6 : Le conflit de rationalité entre les multiplexes et les salles <i>art et essai</i>	819
Entretiens avec des acteurs de l'espace public cinématographique effectués dans le cadre de la thèse	824
Annexe 7 : Entretien avec Marc Van Maël, Directeur adjoint à la programmation au cinéma Les Alizées – Bron, Inscrit au GRAC (23/10/09)	824
Annexe 8 : Entretien avec Gregory Tudella, responsable Jeune Public au sein de GRAC (26/10/09)	828
Annexe 9 : Entretien avec Frederic Borgia, distributeur, exploitant, coordinateur du groupe de salles Cinéma 93, à Montreuil (03/11/09)	839
Annexe 10 : Entretien avec Marc Bonny, Directeur et responsable programmation du cinéma <i>Le Comoedia</i> à Lyon, inscrit GRAC (10/11/09)	848
Annexe 11 : Entretien avec Roger SICAUD, conseiller cinéma à la DRAC Rhône Alpes (22/12/09)	858

Annexe 12 : Entretien avec Catherine Morhange, directrice de l'association <i>CinémaDifférence</i> (22/01/10)	873
Annexe 13 : Entretien avec Nathalie Guimard, coprésidente de l'association FOTOKINO, Marseille (22/06/10)	882
Annexe 14 : Entretien avec William Benedetto, ancien assistant du directeur et nouveau directeur de L'Alhambra, salle art et essai à Marseille (13/12/10)	894
Annexe 15 : Entretien avec Michel, directeur de la salle <i>art et essai Le Ciné</i> à Quiberon (14/04/11)	906
Annexe 16 : Entretien avec Antoine Glémain, exploitant de cinéma et président de l'association Atmosphère 53. Cannes (17/05/11)	917
Annexe 17 : Entretien avec Isabelle Faure, psidente de l'association <i>Cinémateur</i> , Bourg en Bresse, 18/06/11	934
Annexe 18 : Entretien avec Roland Smith, directeur du <i>Cinéma du Parc</i> , Montréal (24/08/11)	942

BIBLIOGRAPHIE950

Avant Propos : Du grégaire au binaire

Des murmures, des craquellement de pop corns dans les bouches et sous les chaussures. De la moiteur parfois. Un homme feuillette *Le Monde* sur le siège devant à droite. Ou bien un groupe d'adolescents se prennent en photo sur leur nouvel *I Phone*. Puis la salle s'obscurcit. Des publicité locales, parfois. Ou bien des projections de la seule actualité qui intéresse désormais le cinéma, à savoir l'actualité des bandes annonces.

Puis le film. 1h30 d'histoire projetée sur une surface blanche, comme si celle-ci contenait toutes les images du monde qu'il fallait séparer puis dérouler, d'une manière ou d'une autre, selon les films. Autant de schèmes sensori-moteurs nous dirait Deleuze. Le cinéma a nécessairement quelque chose d'organique. De la vie dans la salle à la vie projetée sur l'écran, toute une sorte d'écosystème de signes – autrement dit, un *sémiosystème* - se déploie, le temps d'une séance.

Le cinéma s'est d'abord inscrit dans un spectacle plus vaste, comme un élément de quelque chose qui le transcende : le café concert, le théâtre, le cabaret, la foire... Puis il s'est singularisé dans sa propre logique, dans sa propre monstration, dans son écosystème, c'est-à-dire le *sémiosystème cinématographique*.

Fenêtre ouverte sur le monde disait Bazin, fenêtre à laquelle on se rendait à plusieurs. Un micro espace public temporaire. L'Agora de l'imaginaire, où chacun braconne à sa manière (pour reprendre l'expression de De Certeau) : des places implicitement attitrées, des rendez-vous hebdomadaires pour des conversations, des rendez-vous galants aussi parfois – qu'un plan trop lumineux dénonce aux yeux de ceux qui ne se concentrent pas sur l'écran - , des confiseries amenées en douce... La vie se retrouve dans la salle comme sur l'écran.

C'est que le cinéma est un art de l'image qui appelle le collectif. Nous ne sommes jamais vraiment seuls face à ce que l'on voit. Parfois pour le meilleur, et parfois pour le pire. Quoi de plus triste, en effet, comme expérience que de voir une salle s'esclaffer devant une comédie qui ne nous amuse pas ? Nous prenons dès lors conscience que le pacte imaginaire du film n'interroge rien d'autre que la relation symbolique que l'on entretient avec les autres spectateurs. Les spectateurs présents, comme – pour reprendre l'expression de Cavell – les camarades absents, c'est-à-dire ceux qui sont présents à notre conscience, sans être actuellement là.

Les relations humaines se sont institutionnalisées, se sont complexifiées et à ce rapport grégaire du cinéma où le multiple était problématisé par l'unité de l'écran s'est ajouté un rapport binaire : celui du sujet au film, dans un rapport qui apparaît plus direct, par exemple en regardant un film chez soi, ou devant son ordinateur. Il apparaît plus direct, mais ne l'est pas. Bien au contraire, il contient toute la dimension collective encore, mais elle est comme implicitement intégrée. C'est tout le *pacte imaginaire* qui se complexifie et se transforme. L'écran perd de son organicité au profit d'un imaginaire de l'encodage et du décodage. Aux tactiques « grégaires » se substituent des tactiques de réseau.

C'est que, dans tout cela, nous avons bien souvent tendance à oublier qu'il n'y a pas qu'un pacte imaginaire, dans la relation au film : voir un film, c'est aussi faire l'acte bien réel de payer une place d'entrée dans un établissement, lui aussi, bien réel. La « grégarité » de l'expérience n'est pas vraiment la grégarité. C'est la manifestation de la double médiation cinématographique, de la double confrontation à un idéal de soi. D'une part, dans l'articulation singulier / collectif, que l'on éprouve en tant que sujet dans un public ; d'autre part, dans la médiation esthétique et son articulation du réel, du symbolique et de l'imaginaire. Lorsque nous évoquons un passage du « grégaire » au « binaire », nous voulons signifier que le cinéma tend à s'éloigner de sa dimension de spectacle pour tendre vers une logique propre aux dispositifs NTIC ; pour le dire autrement, l'on tend à passer d'une articulation politique et esthétique exprimée dans une dimension collective, à une modalité individualisée de confrontation à l'idéal de soi.

Dans un cas comme dans l'autre, le pacte avec le film implique toujours trois termes : l'articulation singulier / collectif, la confrontation symbolique du sujet à la représentation et une articulation réel/symbolique/imaginaire. Cependant, ces termes sont plus ou moins manifestes, plus ou moins occultés, et c'est toute la rationalité des usages, toute la définition de la pratique cinématographique et le positionnement des tous les acteurs qui tendent alors à changer.

Qu'en est-il alors du rôle du grand sorcier, du montreur d'image ? De son rôle passé de bonimenteur, il n'en est plus rien pour l'exploitant de cinéma. Peut-être n'est-il même plus qu'une sorte « d'éditeur d'images animées ». Le cinéma, des fantasmagories à la 3D, des bonimenteurs aux projections numériques, a jusqu'à présent exprimé les problématiques de la modernité et l'expérience du spectateur a toujours répondu à l'esthétique moderne ; cette modernité du cinéma est-elle désormais obsolète ?

C'est donc à la recherche de ces problèmes et de leurs différentes expressions que nous nous attèlerons. De même, c'est à travers ces déterminations que nous pourrions comprendre la position structurale que peut désormais avoir le « montreur d'images ». La médiation cinématographique est actuellement en crise, parce que, loin d'être une évidence, elle doit être réinterrogée à l'aune des médiatisations, c'est-à-dire « l'organicisation » de la médiation politique dans l'expérience singulière de la lecture.

INTRODUCTION

A. Thématique

À l'heure du succès assuré des multiplexes – complexe cinématographique comportant au moins 8 salles avec une capacité d'accueil minimale de 1000 à 1500 fauteuils ¹-, de l'émergence de multiples plateformes de diffusion de films – cinéma, télévision, ordinateur, tablettes, etc. -, des enjeux économiques de la transition vers les projections numériques, le champ de l'exploitation cinématographique apparaît comme complexe et désolidarisé. Des *Ciné-cités* à l'*Alhambra*, du petit cinéma à Quiberon au *Comoedia* à Lyon, c'est un ensemble différent de films, de mises en scène du spectacle cinématographique, d'accueils du spectateur qui est proposé. Pourtant, nous ne pouvons nous empêcher de voir dans tous ces exemples une appellation commune de « cinéma ».

Il est bien difficile de définir ce que signifie « cinéma ». C'est une salle de projection, mais c'est aussi un ensemble d'œuvres audiovisuelles principalement destinées à être projetées dans ces salles. Ce faisant, nous avons à la fois tout dit et rien dit. Tout dit, parce que, pour l'essentiel, la définition est là ; rien dit, parce que restent implicites un certain nombre d'éléments déterminants. Par exemple, le cinéma de fiction s'intègre dans cette définition au même titre que le cinéma des avant-gardes, et pourtant, ces deux types de films ne sont pas diffusés dans les mêmes types de salle et n'ont pas une même inscription au sein de l'espace public.

Il y a autant de manière de diffuser et de voir des films qu'il y a de manières de définir le cinéma. Il apparaît que l'exploitant n'a pas autant d'importance selon les différentes définitions. Or, par définition, l'exploitant est « créateur de valeur ». L'actuelle problématique fondamentale de l'exploitant, c'est qu'il ne soit plus nécessairement comme le principal créateur de valeur auprès du public. Il doit donc redéfinir sa fonction, puisque les conditions de spectacle cinématographique - et la définition de « ce qui fait cinéma » - changent. Travail compliqué puisque le cinéma semble désormais être devenu quelque chose d'indéfini. De l'expérience « grégaire » - c'est-à-dire collective et politique - en salle, le spectateur peut

¹ Delon F., « Rapport Delon sur les multiplexes », 2000, disponible sur le site : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/delon/intro.htm>, consulté le 20 avril 2008

désormais jouir du film via les encodages binaires de son ordinateur. Des rêves d'émancipation politique que prophétisait Walter Benjamin, on est plutôt arrivé à une autarcisation apparemment bienveillante du spectateur qui est perçu comme un individu « compétent » et « expert ».

Le cinéma est donc désormais quelque chose d'indéfini. Mais, a-t-il déjà été clairement défini ? Son caractère d'évidence n'existe que par la reproduction de certains principes, de certains rituels. Il y a une même évidence aux changements, à l'émergence d'autres principes, d'autres rituels. Les décennies passent, le cinéma n'est toujours pas clairement défini. Or, nous supposons que c'est précisément le report constant de cette définition qui conduit à la difficulté actuelle de définir le rôle d'un exploitant.

La définition du métier d'exploitant passera donc par un « état de l'art » du cinéma, et les problématiques métiers de l'exploitant sont généralement des problématiques liées à la définition du spectacle cinématographique ainsi qu'à l'inscription de l'espace public cinématographique dans l'espace public culturel.

B. État de recherche

Ainsi, cette crise ne concerne pas seulement l'exploitation. Elle concerne tous les acteurs qui sont plus ou moins proches du champ cinématographique. Les théories universitaires sont également en crise et visent à redéfinir leurs conceptions, leurs priorités de recherche. Il est assez manifeste de constater que la revue *Cinéma(s)* a consacré un numéro double à cette situation². Dans l'introduction, Roger Odin s'interroge sur le flottement sémantique de ce qui définit le cinéma et donc, *in extenso*, la théorie du cinéma :

« Une première réponse me semble pouvoir être la suivante : la théorie du cinéma est la théorie d'un objet imaginaire construit par l'espace social et doté d'une présence telle que l'on a pu croire (au moins pendant un temps) à son existence autonome. J'appellerai désormais « cinéma » (entre guillemets) cet objet. (...) Bien évidemment, l'objet de la théorie du cinéma est une construction théorique de la construction effectuée dans l'espace social (une construction en carré en quelque sorte). (...) Les hésitations de Christian Metz relativement à cette question sont significatives. La définition donnée dans Langage et cinéma : « (...) le cinéma n'est rien d'autre que l'ensemble des messages que la société appelle cinéma » (Metz 1971, p.18), peut se lire de deux façons : soit le cinéma est tout ce qui est

² Odin R. (dir.), La théorie du cinéma, enfin en crise, *Cinéma(s)* vol.17, n°2-3, Printemps 2007, Montréal.

appelé cinéma dans l'espace social, soit le cinéma est ce que la société dans son ensemble accepte comme du cinéma »³.

Toute la substantialité du cinéma n'apparaîtrait que comme une construction imaginaire – restrictive, puisque c'est très principalement le cinéma de fiction qui a joui de cette substantialité – qui n'a existé que le temps où il n'y avait pas d'autres formes d'expression audiovisuelle.

Au sein de ce même numéro, nous remarquons effectivement un certain nombre d'auteurs reconnus qui prennent des positions théoriques qui opacifient davantage encore la définition du cinéma. Francesco Casetti, s'appuyant principalement sur les travaux en histoire du cinéma développés par André Gaudreault, tend à penser que l'entité cinéma n'a jamais vraiment existé. Nous serions alors dans un nouveau paradigme du cinéma qui ne serait que l'acceptation de cette (non) condition du cinéma : le *cinématographique*. Le *cinématographique* se distinguerait du cinéma en ce qu'il n'en est que les résidus après sa dissolution dans l'ensemble complexe des médias. Le *cinématographique* ne relèverait désormais plus de la théorie du cinéma, mais plutôt d'une théorie des médias.

Inversement Dudley Andrew propose un retour sur les textes théoriques français de la grande époque et considère le cinéma comme un ensemble d'éléments qui gravitent autour des films de fiction : les films d'animation, le film d'avant garde, le court-métrage, le film industriel, le film d'amateur. Le cinéma fonctionne alors comme ancrage pour ces productions diverses, dont le référent principal serait le film de fiction. Les divers codes de lectures, extérieurs au cinéma se définissent respectivement avec le cinéma :

« là où le cinéma nous obligeait à adapter notre vision aux conditions de visibilité du monde, c'est-à-dire à faire un effort de découverte, les nouveaux médias numériques nous placent devant un monde entièrement construit et pensé de telle sorte qu'il se conforme à ce que nous attendons de lui »⁴...

C'est que, finalement, les théories se sont retrouvées confrontées à l'impossible théorie générale du cinéma, de l'impossible circonscription de ce qui définit le cinéma et de ce qui structure le « texte filmique ». En effet, la dispersion des diffusions de films rend impossible de se satisfaire d'une définition simple du cinéma. D'où l'importance grandissante des théories américaines au sein du champ universitaire français : le film est une construction, une interprétation historicisable.

C'est que l'on a bien souvent du mal à relier le film à son public : bien généralement soit l'on se concentre sur le texte filmique, soit l'on se concentre sur les rapports de forces entre les

³ Odin R., Présentation, in. *Cinéma(s)* op.cit., p.12-13

⁴ *ibid.*, p.15

acteurs. Mais, déjà voyons-nous dans le propos d'Odin, et de ses acolytes, un problème : bien que juste, leur perception du cinéma reste parcellaire en ceci qu'il ne prend pas en compte l'articulation réel, symbolique et imaginaire dans la médiation cinématographique ; or, si le cinéma a eu tendance à perdurer, c'est qu'il a répondu à ces trois instances au sein de l'espace public. Pour cela, il ne s'est pas seulement inscrit par les films, mais aussi grâce aux salles.

Tout cela révèle le désir implicite du théoricien, il s'agit plus de son imaginaire qui se transpose sur la fonction symbolique du cinéma qu'une définition claire de l'objet. Les théories de Canudo, par exemple, expriment bien plus l'imaginaire d'une époque que le cinéma lui-même. Il en est de même pour André Bazin... Et « l'imaginaire » actuel de nombre théories consiste soit en la défense d'une esthétique surannée, soit, au contraire, dans la défense des libertés interprétatives des spectateurs, de l'évolution des usages. Rares – mais pas inexistantes – sont les théories qui rejoignent aussi bien les problématiques esthétiques et les problématiques politiques, qui rejoignent les problématiques liées aux films et les problématiques des spectateurs. C'est dans le sillage de ces théories que la présente thèse s'inscrit et qu'elle vise à articuler entre elles.

Une définition claire du cinéma est donc nécessairement datée et contingentée. Elle s'inscrit dans une logique culturelle et économique précise (et évolutive). Le cinéma ne saurait alors se définir seulement sous l'angle esthétique ; cela serait résumer le cinéma à ce que Cohen-Séat appelait le *fait filmique*. Or, il y a précisément aussi le *fait cinématographique*, c'est-à-dire ce qui compose la mise en exposition du fait filmique. Autrement dit : le cinéma se définit par ses films, mais également par les dispositifs d'exposition, les productions de « spectacle cinématographique ».

S'il y a un point commun à toutes ces approches théoriques, c'est que le cinéma a une grande importance au sein de la culture : il est un fait culturel à part entière. Il entretient donc des relations signifiantes et significatives avec la culture. Il faut comprendre que la difficulté de donner une définition du cinéma s'explique du fait même qu'il apparaît comme une forme d'expression et de médiation qui conjoint aussi bien la *superstructure* – c'est-à-dire la culture et les idéologies contextualisables – que l'*infrastructure* – c'est-à-dire le donné économique. C'est ce qu'exprime très précisément Laurent Creton lorsqu'il ne voit pas comment l'on peut opposer la dimension artistique du cinéma de son angle industriel⁵. Ce qu'il déclare ici d'un point de vue purement économique doit être entendu dans une conception plus large: le

⁵ Creton Laurent, *Cinéma et marché*, Paris, Armand Colin, 1997

cinéma est une technologie qui, par définition conjoint l'infrastructure et la superstructure, c'est-à-dire que par des dispositifs techniques, il arrive à éveiller l'imaginaire voire à interroger ce qui structure les relations symboliques. La signifiante du cinéma est dans cette expression et dans la perceptibilité rendues possibles par un dispositif complexe.

Il s'agira donc d'exprimer le problème sous cet angle, mais également de le dépasser. En effet, beaucoup de théories du cinéma ou de travaux de recherches sociologiques appliquées au cinéma nous permettront de rendre compte de ces deux dimensions ; cependant, elles tendent à maintenir leurs points de vue sur une seule face et ne donnent à percevoir la complexité que de façon parcellaire. La problématique de l'exploitation est précisément l'objet qui impose d'articuler ces deux dimensions, qui impose d'y voir une continuité ; il s'agira donc, pour nous, notamment d'articuler le signifiant de l'expérience (les œuvres et les dispositifs de diffusion et de représentation) avec le signifié (les identités politiques et les acteurs de l'espace public – avec les problématiques corrélatives).

Le cinéma est un art de l'imaginaire⁶ et il sait se transposer à chaque époque. L'ordre formel interroge, à chaque époque, les conceptions de la superstructure, tout en étant motivée par l'infrastructure. Le cinéma ne saurait se résumer ni à l'un, ni à l'autre. Ce qui a généré les transformations du cinéma est précisément le fruit des relations dialectiques entre ces deux éléments, ainsi que leur compréhension ; il est évident qu'aucune formulation ne saurait être définitive, puisque les rapports sont sans cesse redéfinis. Et les transformations dans les approches théoriques du cinéma en sont de même : il s'agissait de légitimer cette infrastructure auprès de la superstructure, d'autre fois de rappeler la mécanique de l'infrastructure.

Ce flottement sémantique est la preuve de la modernité du cinéma. Sa capacité à se transposer, à interroger ses conditions d'existence, ce qui est un geste moderne, font à la fois la force et la faiblesse du cinéma. Jacques Aumont a tenté de démontrer à plusieurs reprises que l'esthétique du cinéma est une imprégnation particulière de la condition moderne. Et c'est précisément par sa jeunesse par rapport aux autres arts, ainsi que sa condition infrastructurelle qui permettent au cinéma d'interroger la modernité d'une manière incomparable aux autres arts⁷.

⁶ Morin E., *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, Paris, Éd. De Minuit, 1956

⁷ Aumont J., *Moderne ? Comment le cinéma est devenu le plus singulier des arts.*, Paris, Éditions Cahiers du Cinéma, 2007

Aumont J., « Un film peut-il être un acte de théorie ? », in. *Cinéma(s)* op.cit.

La modernité du cinéma n'est pas un état de fait et n'est pas dans son inatteignable substance ; justement, le cinéma est moderne parce qu'il n'est pas substantiel. Le cinéma s'inscrit dans une adaptation constante. Et ce sont notamment les évolutions formelles – inventées et découvertes par les cinéastes –, ainsi que les différentes formes de « mise en scène du spectacle cinématographique » par les exploitants qui expriment cette constante adaptation. Ainsi, il faudra bien discerner deux choses. D'une part, garder en tête que la médiation culturelle en général (et cinématographique en particulier) articule et manifeste trois instances :

- l'articulation esthétique / sémiotique, qui s'inscrit dans la matérialité des œuvres ;
- la logique politique, qui s'inscrit dans les logiques sociales, économiques et institutionnelles ;
- l'instance temporelle et spatiale, qui s'inscrit dans une temporalité sociale et dans les lieux de mise en œuvre.

D'autre part, selon les contextes, différents processus de médiations expriment et problématisent ces trois instances. La définition métier de l'exploitation implique de prendre en compte à la fois la logique de la médiation culturelle et des possibilités contingentes qui engagent telle ou telle stratégie, tel ou tel processus.

Le cinéma se définit donc par ses films ainsi que par la manière dont on les expose. Les deux modes sont en constants changements, suscités par la manière dont ils donnent à voir les rapports entre superstructure et infrastructure, par la manière dont l'infrastructure prend en charge cette pratique et par la manière dont celle-ci est interprétée par la superstructure.

C. Le cinéma saisi à l'aune de la médiation culturelle

Toutes ces remarques montrent combien il est nécessaire de définir le cinéma sous l'angle de la médiation culturelle. La médiation culturelle n'interroge pas tant des substances que des significations révélées par des mécaniques discursives. Au-delà d'une simple confrontation *infrastructure / superstructure*, elle est pensée de relations signifiantes ; et elle permet également d'être pensée en termes de processus.

Fait filmique et *fait cinématographique* sont reliés dans une recherche en médiation culturelle. Le *fait filmique* apparaît comme une médiation esthétique de l'expérience, mais cette médiation est elle-même inscrite dans un dispositif de médiation. La définition du cinéma est devenue de plus en plus confuse du fait que la deuxième médiation apparaît de plus en plus protéiforme : en effet, un film peut être vu dans une salle de quartier, dans un multiplexe, à la télévision, par *pay-per-view*, sur un ordinateur, sur un *I Pod*... Il est évident que cela engage différemment notre rapport au film ; et il est tout aussi évident que le changement de dispositif conduit à un changement de format de film.

La succincte exposition des problématiques théoriques actuelles illustre une difficulté à prendre en compte l'ensemble de ces phénomènes. La définition du cinéma ne se résume ni aux productions de films, ni à la manière dont le spectateur s'imprègne de la culture cinématographique : la définition du cinéma apparaît dans la manière dont on constitue la pratique cinématographique. La pratique cinématographique prend tout son sens, trouve son effectivité notamment dans la manière dont on valorise le « spectacle cinématographique ». Les exploitants, qui « mettent en scène le spectacle cinématographique », doivent, en effet, aussi bien prendre en compte les logiques formelles engagées par les cinéastes que de prendre en compte les usages des spectateurs et, en tant qu'ultimes représentants de l'espace public cinématographique auprès du public, ils donnent à voir la pratique cinématographique et participent de la légitimation du cinéma. Ce qui compose le « spectacle cinématographique » est à la fois un ensemble thématique et pragmatique – programmation, diffusion et animation –, et, à ce titre, il est pertinent de s'intéresser aux films qui ont obtenu une forte audience, ainsi que de voir dans quelles salles ils ont obtenu ce succès, pour voir à la fois les thèmes et les manières d'exposer ces succès.

Les conditions de spectacle sont précisément en plein changement, d'une part à cause de l'émergence de thématiques nouvelles dans le cinéma, mais également, dans la manière d'exposer les films. Si les multiplexes ont conduit à une plus grande tension dans le secteur cinématographique, voire à conduire à une économie à deux vitesses, c'est précisément parce que le *fait cinématographique* (re)devient une stratégie à part entière.

Les salles de cinéma doivent désormais (ré)envisager leur manière de proposer les films, alors que la profession semblait avoir établi un consensus en faisant une offre différenciée, c'est-à-dire que chaque cinéma avait un champ, une filmographie très spécifique. Autrement dit, ce que les multiplexes ont bouleversé, c'est une logique de valorisation par les films proposés.

Or, se maintenir dans une pareille approche, c'est oublier que les films sont accessibles autrement et très certainement à moindre coût. C'est également oublier toute la dimension de spectacle.

D. Première mise au point

Le métier d'exploitant doit donc être redéfini en fonction de ce qui semble être les conditions actuelles du spectacle cinématographique. À défaut d'avoir une définition concise et précise de « ce qui fait cinéma », puisque manifestement, le cinéma est protéiforme, et peut être défini de plusieurs manières (il suffit de revenir sur ce que nous avons repéré précédemment dans les travaux d'Aumont, d'Andrew, de Casetti...), au moins pouvons nous repérer quels sont les acteurs qui participent à cette définition. Nous pouvons repérer comment s'est historiquement construite la pratique cinématographique – c'est-à-dire le discours soutenant une légitimité et une signification aux usages liés au cinéma et définissant ce dernier – et faire une généalogie de la problématique actuelle. Ainsi, à défaut d'avoir une définition précise et définitive, nous comprendrons au moins dans quelle dynamique et dans quelle logique la stratégie de l'exploitant peut actuellement se déployer.

Dans la recherche des acteurs qui participent à la définition de la pratique cinématographique, nous partirons des remarques « paradoxalement » conjointes des théories de la médiation culturelle de M.Lamizet⁸ et de M.Caune⁹ avec celles de la philosophie du cinéma de Stanley Cavell, les problématiques esthétiques et politiques telles que définies par Walter Benjamin – en croisant Jacques Rancière -, ainsi que des théories d'économie et de gestion du cinéma de M.Demil, M.Leca¹⁰, M.Creton et M.Forest¹¹. Nous disons « paradoxalement » entre guillemets, parce que recouper leurs propositions n'a rien d'une

⁸ Lamizet B., *La médiation culturelle*, Paris, Harmattan, 1999

⁹ Caune J., *Esthétique de la communication*, Paris, PUF, 1997

Caune J., *La culture en action. De Vilar à Lang, le sens perdu*, PUG, réédition 1999

Caune J., « La médiation culturelle : construction du lien social », *Les enjeux de la communication*, 2000

¹⁰ Demil B. et Leca B., « Architecture de marché et régulation dans l'exploitation cinématographique française », in. *Revue française de gestion* 2003/1, n°142

¹¹ Forest C., *Quel film voir ? Pour une socioéconomie de la demande*, Lille, Septentrion, 2010

Forest C., *Les dernières séances, Cent ans d'exploitations de salles de cinéma*, Paris, CNRS, 1995

évidence : d'une part, ce sont des auteurs qui viennent de champs bien distincts, dont le vocabulaire et la manière d'organiser leurs recherches diffèrent ; d'autre part, si les premiers travaillent avant tout sur la logique de la superstructure, les seconds sont plus consacrés sur l'infrastructure. Mais il y a également des connivences entre ces différents travaux : quels que soient les auteurs cités, et bien que leurs pensées soient nécessairement situées prioritairement sur un des aspects du problème, il y a reconnaissance de la relation entre infrastructure et superstructure, une volonté de dépassement du problème, et il y a insistance sur le fait que ces deux dimensions se définissent réciproquement. Mieux, avec ces approches, il est possible de cartographier les relations dialectiques et signifiantes entre les différents éléments en jeu dans l'expérience cinématographique du spectateur, et, ainsi, de pouvoir définir les portées et limites du rôle de l'exploitant comme médiateur.

Nous rencontrerons évidemment d'autres théoriciens, d'autres travaux. Il s'agira de profiter de leurs résultats tout en veillant à bien circonscrire leur opérativité. En effet, si nous nous situons dans la perspective des réflexions de Bernard Lamizet, nous aurons néanmoins intérêt à exploiter des travaux d'Emmanuel Éthis ou de Laurent Jullier, dont les postulats et conclusions diffèrent grandement des nôtres ; ce dialogue n'est néanmoins possible qu'au prix d'une réflexion préalable qui présente les portées et les limites de leurs résultats.

Nous l'aurons compris, les problématiques métiers de l'exploitation sont intimement reliées à l'espace public cinématographique. Nous retrouvons, au sein des travaux auxquels nous nous référons principalement, cinq grands acteurs de la définition du spectacle cinématographique : les cinéastes et acteurs, le distributeur, l'exploitant, les institutions, les pouvoirs publics et, évidemment, le public. C'est cet ensemble qui compose l'espace public cinématographique, et c'est dans leurs relations avec chacun de ces pôles que les exploitants circonscrivent leurs fonctions, et tendent à valoriser le cinéma. Mais le problème est que la rationalité de chaque pôle n'est pas nécessairement en harmonie avec les autres.

Les cinéastes et les acteurs offrent une énonciation, un dispositif formel qui constitue une partie de l'expérience esthétique du spectateur. Ils s'inscrivent dans une *intericonicité* – l'équivalent de l'intertextualité – en ceci qu'ils doivent saisir les régimes artistiques d'une époque, les conditions d'expression esthétiques, et offrir un objet pour l'expérience du spectateur. Par-delà la pure question esthétique, il y a une problématique politique dans la manière dont le discours même du film laisse une place à l'interprétation du spectateur.

Les distributeurs sont des agents très importants de l'espace public cinématographique en ceci qu'ils font le lien entre les producteurs de film et les exploitants. Ce sont les distributeurs qui ventilent et éditorialisent les films.

L'exploitant, en tant qu'agent de valorisation du cinéma, est un représentant direct du champ culturel. Il rend visible la pratique cinématographique dans la manière dont il crée des conditions de spectacle cinématographique, ainsi que dans la manière dont il participe à la médiation et sélectionne les « faits filmiques ». C'est un travail éditorial, dans le sens où la programmation consiste à donner un espace et un temps d'exposition à des *faits filmiques* qui semblent pertinents.

Mais c'est également un travail de médiation dans le sens où l'architecture de la salle, les rituels qu'instaure le cinéma, et le discours accompagnant la pratique établissent des conditions de spectacle. En ce sens, l'exploitant nous intéresse en tant qu'articulation entre le public et les institutions. Et tout le problème de l'exploitant consiste à harmoniser ces deux acteurs et d'avoir une bonne perception de leurs mécaniques et attentes.

L'institution est un champ organisationnel qui prend place dans l'espace public et qui développe des pratiques spécifiques, ainsi qu'un discours les légitimant. Les problématiques des institutions sont, dès lors, spécifiquement politiques. Il y a deux types d'institutions qui nous intéresseront plus particulièrement.

D'une part, il y a celle qui concerne très directement le champ professionnel : les syndicats. Les syndicats ont une place importante dans l'élaboration du champ de l'exploitation et du champ cinématographique en général et articulent les logiques des professionnels entre eux, ainsi qu'avec les pouvoirs publics.

D'autre part, il y a les acteurs qui participent plus directement de l'espace public – c'est-à-dire qui sont plus visibles pour le public – et qui participent à la définition de la pratique sans pour autant avoir les mêmes intéressements politiques que les professionnels du champ : participent de cette institution les pédagogues, les universités, les critiques. Ce sont eux qui font le lien, au niveau de l'espace public, entre les problématiques d'ordre esthétique et les problématiques institutionnelles ; ils sont ainsi absolument déterminant dans la définition de la pratique cinématographique.

Nous aurions pu glisser dans cette catégorie les médias (télévision, puis les NTIC), puisque dans un premier temps, ils n'avaient pas un intérêt absolument direct ; cependant le rapport entre ces médias et le cinéma est beaucoup plus complexe. En effet, ils participent de plus en plus de l'économie du secteur et ont un intéressement très particulier. Sous le couvert de

créateurs de valeurs par leur discours, ces médias profitent de manière plus ou moins directe de la valeur qu'ils ont créé¹².

Le dernier grand acteur est l'État, ou, plus précisément, les pouvoirs publics. Si nous distinguons État et pouvoir publics, c'est parce que ce n'est pas seulement l'État qui est en relation avec le champ de l'exploitation et du cinéma, mais également les régions, les départements et les municipalités. Tous participent plus ou moins à l'économie et à la régulation du secteur. Cependant, les intérêts, les moyens et les relations avec le champ diffèrent selon qu'il s'agit de l'État ou des municipalités ; et si l'État apparaît comme l'interlocuteur privilégié parce que plus prestigieux – par le biais du Centre National du Cinéma –, il n'en demeure pas moins qu'historiquement et pragmatiquement, les municipalités sont des acteurs très importants.

Nous disions que l'État participe à la régulation du secteur ; s'il évite toute forme d'ingérence, le discours légitimant son intervention ne participe pas moins dans la constitution de la pratique cinématographique. Ce discours est tiraillé entre défense d'une spécificité culturelle et défense d'une industrie, entre esthétique et politique. De manière plus implicite, nous retrouvons la même problématique au niveau des municipalités. C'est par ailleurs ce caractère implicite qui rend très confus les logiques de médiations des exploitants qui dépendent souvent financièrement des objectifs politiques des municipalités¹³.

Le dernier acteur, dont le discours est encore plus flou, plus indirect est le public et celui de l'espace public. Les sociologues s'amuse d'ailleurs à refuser l'expression au singulier et préférer un pluriel – au *public*, préférer *des publics*. Il est évident qu'au sein de cette masse « informe » qu'est *le public*, il y a différents horizons d'attente, différents caractères, différents usages. Mais là n'est pas la question. Pour l'heure, nous nous intéressons à la manière dont le public participe à la construction du « spectacle cinématographique », à la définition de la pratique cinématographique. Le public est animé à la fois par des logiques culturelles (singulières) et par la pratique telle qu'il l'interprète. Le

¹² Sur ce point, les travaux de Laurent Creton, ainsi que les revues et travaux qu'il a dirigé sont assez clairs. La revue *théorème*, qu'il dirige, propose même un schéma économique d'interdépendance.

Creton L. (dir.), « Cinéma et stratégies. Économie des interdépendances », *Théorème*, n°12, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2008

Ainsi, si il n'y a pas de paradigme précis du spectacle cinématographique, il n'en demeure pas moins qu'une économie complexe se développe très précisément grâce à ce flou. Celle-ci profite à des acteurs très divers tels que l'exploitation, la télévision, les nouveaux médias. Elle semble ne poser problème qu'aux défenseurs de l'autonomie du cinéma. Si, pour l'heure, nous ne pouvons rien conclure de cette situation, nous pouvons au moins nous poser deux questions : d'une part, une autonomie du cinéma serait-elle économiquement viable ? D'autre part, et en contrepoint, la logique d'interdépendance ne s'établit-elle pas sur une idéologie éloignée des principes de la médiation culturelle ? La présente thèse va se consacrer à ces deux questions.

¹³ Claude Forest a développé de longues pages critiques à ce sujet. Cf Forest C., *Quel film voir ?*, op.cit.

public rend visible la demande. Le problème est donc que cette demande n'est pas directement exprimée et qu'elle exprime dans un même mouvement l'interprétation de la pratique.

Autrement dit, il n'y a pas une « théorie » simple, claire et clairement exprimée qui soutient les usages du public. Ce qui explique d'ailleurs la multiplication et le succès des travaux en sociologie de la réception : il y a presque autant de « tactiques » - pour reprendre, encore une fois, l'expression de De Certeau, qui est souvent cité dans ces travaux - qu'il y a de « communautés d'interprétations ».

Mais ce que tendent parfois à oublier ces travaux, c'est le rapport dialectique avec les institutions ; s'il y a tactique, c'est bien qu'il y a un autre, un autre stratège, qui est précisément l'institution. Dès lors, ce qui nous intéresse, ce n'est pas tant ce qu'il y a dans l'esprit de chaque spectateur, mais la manière dont on peut malgré tout dialoguer avec eux, la manière dont ils expriment malgré tout quelque chose et qui est déterminante dans la stratégie que peuvent déployer l'institution et les exploitants. Les « tactiques » sont une chose, les processus de reconnaissance du public en sont une autre...

Ce dialogue est nécessairement indirect et général. L'option de plus en plus exploitée est une méthodique quantitative d'analyse, comme si l'on considérait encore le cinéma comme un art de masse : est-ce par la consommation de films ? La fréquentation en salle ? Mais cela comporte deux problèmes. D'une part, des économistes – Laurent Creton en tête - ont révélé que la consommation de films sur différents supports ne changent en rien le fait d'aller voir un film en salle. Il n'y a pas nécessairement concurrence entre la salle et le *home cinema*, par exemple ; bien au contraire, il y aurait même une dynamique positive et beaucoup de propriétaires de *home cinema* sont, par ailleurs, de grands consommateurs de films en salle. Ce qui signifie donc qu'une demande en film est toujours présente (et peut-être même plus que jamais car en connaissance de cause)¹⁴. C'est moins la quantité que l'objet de la demande qui est important dans la définition du métier d'exploitant.

La fréquentation en salle est-elle un outil pertinent ? Elle l'est de toute évidence, mais seulement de manière relative parce qu'elle ne permet jamais de réellement comprendre les motivations de l'ensemble des spectateurs. Il y a une multiplicité de facteurs qui interviennent dans la fréquentation en salle. La fréquentation est surtout utile lorsqu'elle sert à analyser les localités ou les thématiques de films à succès. Autrement dit, elle peut exprimer quelque chose de pertinent par la présence, non par les absences. Par exemple, on peut exploiter les

¹⁴ cf les travaux de Laurent Creton.

chiffres de fréquentation pour comprendre pourquoi la frange des plus de 50 ans tend à devenir la plus importante, mais elle n'explique pas le désintérêt de la part des 25-49 ans.

De plus, le public est précisément celui qui ne peut pas clairement formuler, de manière *proactive*, la pratique, mais seulement en réaction *a posteriori*. Autrement dit, le public ne peut pas anticiper l'objet de sa « demande » puisque celle-ci ne prend de sens que face à l'objet. Il est illusoire d'espérer anticiper la demande de manière claire et absolue – espoir que l'industrie a régulièrement exprimé – puisque d'une part, la demande est *hétéronomique*¹⁵ et, d'autre part, le propre de l'art et surtout du génie est d'être inattendu : en effet, Deleuze, dans un geste kantien, soulignait que le génie ne peut pas manquer s'il est absent puisque, par définition, le génie est précisément ce qu'on pouvait ni attendre, ni espérer¹⁶.

Cette remarque pourrait sembler triviale si l'on ne remarquait pas pourtant une multiplication des catégorisations de films et des publics, notamment au sein des dispositifs de choix qu'offrent les NTIC, offrant une visibilité plus proche des intérêts et goûts du spectateur. De même, si le champ de l'édition littéraire s'était déjà risqué dans les années 1970 à vainement essayer d'évaluer les facteurs qui produiraient un succès, les studios américains travaillent actuellement à l'élaboration d'un système de calcul permettant d'évaluer le succès d'un film sur la base de son scénario¹⁷. Nonobstant cela, le public reste déterminant puisque c'est lui qui assure les effets de la pratique : il crée le *feed-back* qui donne de la matérialité à la pratique et une idéologie à cette matérialité. Il « répond » à l'offre.

Ce qui « fait cinéma », ce qui établit les conditions du spectacle cinématographique, appuyé sur la pratique cinématographique, est contingenté par les rapports de force entre les discours et approches de ces cinq grands acteurs. Évidemment, les discours et les rapports de force sont mouvants et changeants. De plus, ils sont plus ou moins explicites selon les acteurs. Enfin, les discours de ces cinq acteurs n'étaient pas nécessairement manifestes de la même

¹⁵ Claude Forest, dans son dernier ouvrage analyse avec beaucoup d'attention l'importance du caractère hétéronomique du désir et de la demande en général, c'est-à-dire son caractère mimétique, son caractère interprétatif, et envisage d'analyser ce problème dans l'organisation toute entière du champ cinématographique. Autrement dit, ce serait l'irrationnel et l'interdépendance affectuelle des désirs qui structurent à la fois la demande du public, mais aussi (et peut-être même avant tout) l'offre. Cf Forest C., *Quel film voir ?*, op.cit.

Cette démarche n'est pas isolée. Des chercheurs en économie ont déjà pointé cette tendance aussi bien au niveau de l'organisation de la bourse comme _____, qu'aux innovations économiques comme Lucien Karpik.

Il est, à ce titre, notable de voir une réactualisation des théories de Spinoza dans le champ des sciences sociales en général et économiques en particulier.

(à compléter)

¹⁶ Deleuze G. et Parnet C., *L'abécédaire de Gilles Deleuze*, Paris, Éd. Montparnasse, 1996

¹⁷ *Masse critique*, France culture (nouvellement nommée *Soft Power*)

manière selon les différentes époques d'existence du cinéma. Il y a donc eu différentes interprétations de ce qui fait cinéma et de ce qui constitue le spectacle cinématographique. Et ces différentes interprétations n'impliquaient - et ne procédaient - pas des mêmes stratégies pour les acteurs et ne revêtaient pas d'une même importance sociale et culturelle.

La définition du cinéma, ainsi que celle du rôle de l'exploitant, s'inscrivent dans l'articulation des discours et dans les relations de pouvoir entre ces cinq pôles. À ce titre, les conclusions globales de nombres d'articles et de livres portés sur la question dressent l'état des rapports de force suivants¹⁸.

Avec l'apparition d'autres modes de diffusion de films, le cinéma perd son statut d'art de masse et le succès économique est moins le fruit d'un élargissement du public que dans l'accapuration de parts de marché plus grandes. Les *leaders* de marché multiplient ainsi les stratégies agressives et les innovations pour asseoir leur position dominante. Dans un mouvement inverse, les petites salles indépendantes et les salles *art & essai* se restreignent à des spécificités : celle de son public et de la localité pour les premières, celles de la programmation pour les secondes. La survie des salles, à de rares exceptions près, réside dans les partenariats et dans les associations : réseau de programmation, partenariat avec les municipalités... L'exploitant a très peu de marges de manœuvres et la profession est désolidarisée. Les multiplexes, pour assurer la rentabilité de l'investissement, ont dû développer une stratégie d'offre les différenciant des autres salles. Ces stratégies sont essentiellement basées sur la mise en avant d'une certaine conception du caractère spectaculaire du cinéma (architecture et programmation de films grand spectacle). Parce que les réglementations les empêchent de diffuser un même film dans plusieurs salles, et parce qu'il faut récupérer une plus grande part de marché (impliquant alors la récupération de nouvelles niches de spectateur), ces établissements commencent à élargir leur programmation aux films *art & essai* dits « porteurs »¹⁹. Cette stratégie est doublement décriée par le reste de la profession : dans un mouvement paradoxal, illustrant un relatif manque de cohérence, les autres établissements y voient d'une part une atteinte à leur légitimité et, d'autre part, voient, dans les multiplexes, une conception réductrice de ce que peut être le cinéma. Ces derniers se rangent derrière l'image de l'exploitant indépendant, plus ou moins engagés politiquement et

¹⁸ Montebello F., *Le cinéma en France*, Paris, Armand Colin, 2005

Darré Y., *Histoire sociale du cinéma français*, Paris, La découverte, 2000

¹⁹ Les films art et essai « porteurs » sont des films évalués comme des films d'auteurs par les comités du CNC qui ont déjà un capital symbolique laissant envisager un succès de fréquentation. Participent de ce type de films ceux qui sont récompensés par le festival de Cannes, les Césars et, à moindre mesure, les autres festivals. Y participent également les films d'auteurs déjà reconnus ou ayant déjà obtenu un succès public : par exemple, Woody Allen, Pedro Almodovar... et Tim Burton selon les cas !

esthétiquement. Il est à noter des réussites économiques notables de cette stratégie : par exemple le réseau *Utopia*²⁰.

En résumé, il y a deux niveaux économiques, ainsi que deux grands types de discours qui sont manifestes au sein de l'espace public. D'un côté, une économie basée essentiellement sur le spectacle, où, par ailleurs, le film n'est qu'un élément de l'offre - « plus que du cinéma » nous promet UGC par exemple -, et qui recouvre plus de la moitié des entrées en France. D'autre part, une tendance de plus en plus centrée sur un cinéma autoproclamé comme « exigeant » et pointu, qui concerne près de la moitié du parc de salles en France, mais qui a un taux de fréquentation relativement faible.

Entre ces deux extrêmes existent de nombreuses propositions et de discours qui ne sont pas rendus visibles. Par exemple, beaucoup de salles de grandes métropoles - mais en dehors du centre-ville et financées en partie par des municipalités -, développent toute une logique de développement local où se côtoient aussi bien de grands succès populaires que des films plus confidentiels. Pour que ces salles pérennisent, elles doivent soit ne pas subir de concurrences directes – et bénéficier ainsi d'une plus grande marge de manœuvre pour sa programmation – soit être légitimée par un réseau de programmation²¹. Le grand problème d'une telle stratégie consiste en l'obtention d'une copie d'un film à forte valeur commerciale dans le créneau de visibilité de ce film (créneau qui tend à se raccourcir de plus en plus). Une autre alternative consiste dans le développement de festivals. Le Grand Lyon a récemment développé un festival à fort capital de notoriété, mais cela ne contribue pas à une stratégie de pérennisation des salles ; inversement, beaucoup de bénévoles et d'associations tendent à créer des micro-festivals, en partenariat avec des salles pour proposer ainsi une diversité culturelle sans pour autant modifier l'image de marque de la salle, ni intervenir radicalement dans ses stratégies permanentes. Nous voyons notamment beaucoup cela à Marseille.

²⁰ Creton L., op.cit.

Forest C., op.cit.

Demil B. et Leca B., op.cit.

Roy P., « Vertus de l'innovation stratégique pour les leaders du marché », *Revue Française de gestion*, 2005/2 N°55

Roy P. « Une lecture spatiale des stratégies concurrentielles », *Entreprises et Histoire*, N°53, 2008

Roy P. et Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », *Revue française de gestion* 2006/8 n°167

²¹ Ce réseau peut être aussi bien local que national voire international. Si UGC, Pathé sont aussi performants, c'est parce que le réseau qu'ils représentent est extrêmement puissant. Mais il existe des réseaux de programmation internationaux auxquels participent des salles art & essai qui affichent l'image « d'indépendant ». C'est le cas notamment du cinéma *Les 400 coups* à Caen qui s'intègre dans le réseau Europa Cinémas. Cf Les actions des professionnels en faveur de la diversité culturelle. Entretien avec Claude-Éric Poiroux, directeur général du programme Europa cinémas, propos recueillis par Dominique Sagot-Duvaurieux, in. *Mouvements*, n°37, janvier-février 2005

C'est dire à quel point le discours minoritaire est un discours de consensus qui ne représente pas une minorité, mais bel et bien une majorité. Ce discours minoritaire est donc extrêmement agressif, se fondant sur la négation de celui qui apparaît comme majoritaire, c'est-à-dire le discours des multiplexes. Inversement, il est relativement intéressant de voir comment se constituent de véritables pensées et réseaux minoritaires ; ceux-ci s'établissant non pas sur une négation de l'offre présente, mais au contraire, par une (ré)appropriation des différentes possibilités (techniques et commerciales). Néanmoins, et nous reviendrons sur ce point à la fin de la thèse, cela n'est possible qu'à travers plusieurs conditions.

Les pouvoirs publics évitent d'être en surplomb et essaient d'harmoniser l'ensemble du secteur, ainsi que ses relations avec les autres industries culturelles. Ils apparaissent moins proactifs, forces de proposition, que simplement médiateurs. La posture de l'État, surtout depuis Lang, consiste à protéger l'industrie tout en essayant d'assurer une diversité culturelle. Il s'agit, d'une part, de protéger l'industrie des offres américaines en maintenant un fort niveau de production ; d'autre part, il s'agit d'aider les salles qui assurent une projection *art & essai*.

De plus, depuis plus de 20 ans, se développent des stratégies d'éducation et de pédagogie au cinéma. Cependant, leur efficacité est toute relative, notamment parce que la planification n'est pas systématique, mais relative à l'investissement des régions. Quant à un niveau plus local encore, le cinéma participe de manière très importante à l'aménagement du territoire, même si les critères de vérification de leur efficacité restent impossibles à déterminer²². Les politiques locales de soutien sont surtout relatives aux acteurs locaux²³.

Nous sommes finalement dans une situation où l'État tente de maintenir un *statu quo* par le biais du CNC. Cette situation a le double défaut de manquer à la fois une définition du statut du cinéma et, d'autre part, conduit à un champ économiquement morne. Cette situation empêche les effets de différenciation que visent les *leaders* de marché et UGC a d'ailleurs menacé l'État d'avoir recours à la Commission européenne pour libéraliser son offre de carte illimitée. Ce recours n'a finalement pas eu lieu, ce qui signifie que le champ est dans un état d'interdépendance dont la modification coûterait trop à l'ensemble des acteurs, *leaders* y compris²⁴.

²² Farchy J. et Sagot-Duvauroux D., *Économie des politiques culturelles*, PUF, Paris, 1994

²³ Forest C., op.cit.

²⁴ Cocq E., Dantec A., Lévy-Hartmann F., « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », *Revue de l'OFCE*, n°97

Au niveau des institutions, les syndicats sont à la fois nombreux et peu performants. Il y a même des syndicats qui sont imbriqués dans d'autres. Au final, la conclusion est à peu près la même que pour les services publics : il y a une tendance au *statu quo* et une adiposité du secteur, un manque de force de proposition. Cela illustre à quel point la filière est désolidarisée : il y a une tendance à l'oligopole et les acteurs extérieurs se fédèrent par principe (et parfois de manière effective) contre cet oligopole.

L'on remarque parallèlement une multiplication des supports de diffusion de films, ainsi qu'une multiplication de dispositifs de jugement²⁵. L'importance grandissante des dispositifs critiques offerts sur Internet illustre un nouveau rapport critique à la pratique cinématographique ainsi qu'une nouvelle posture de *cinéophile* : le discours est orienté sur l'avis personnel, les goûts et ceux-ci trouvent une légitimité à travers la construction d'un réseau intertextuel²⁶. L'on remarque une multiplication des prescripteurs ainsi qu'une modification des rapports de force et des conditions de légitimité des discours de prescription.

Cette situation est d'autant plus remarquable que si, historiquement, ces institutions étaient des outils critiques, elles tendent à s'inscrire et à s'intéresser directement au développement et à la régulation de la filière. Suites aux plans de Lang, les télévisions avaient une obligation d'investissement dans la production de films ; cela a conduit à une approche particulière du processus de valorisation de films, où, dans certains cas de figure, un cercle vertueux entre la télévision et le cinéma conduisait à une grande valorisation du film profitant ainsi aux deux filières. Orange, ainsi que d'autres groupes de communication, s'inscrivent désormais dans le processus de création et de production de contenus. La séparation entre *contenu* et *contenant*, c'est-à-dire entre *produit* et *dispositif d'exposition*, n'implique pas

Vernier J-M., « L'État français à la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention à sa dissolution gestionnaire », *Quaderni*, vol.54, 2004

Polo J-F, « La politique cinématographique de Jack Lang. De la réhabilitation des industries culturelles à la proclamation de l'exception culturelle », *Politix*, vol.16, 2003

²⁵ Le dispositif de jugement est ici à prendre sous l'acception qu'en fait Lucien Karpik et non pas dans un sens immédiatement foucaultien. Le dispositif de jugement est un outil de l'économie des singularités, c'est-à-dire un outil de valorisation de produit dont la valeur ne procède ni de la rareté, ni de l'agrégation de valeurs différentielles et quantifiables (c'est qui est le propre de l'économie classique), mais d'une économie de pures valeurs. Ainsi l'infrastructure ne se distingue pas de ses processus de valorisation puisque ceux-ci font directement partie d'elle.

Ce n'est que dans un deuxième temps que l'on peut introduire l'approche critique de Foucault pour analyser la portée idéologique d'un pareil mécanisme. Nous y reviendrons ultérieurement.

Karpik L., *L'économie des singularités*, Gallimard, Paris, 2007

²⁶ *L'intertextualité* est une notion développée par Julia Kristeva et vise à rendre compte des relations signifiantes qui s'établissent entre des textes différents et qui est manifesté dans le discours d'au moins un de ces textes. C'est une autre manière de constituer un système de signification où les œuvres ne sont pas closes sur elles-mêmes, in. Kristeva J., *Semiotike. Recherches pour une sémanalyse*, Paris, Seuil, 1969

nécessairement une division des industries. Cela a déjà été le cas historiquement, puisque la fin des grands studios aux Etats-Unis a été imposée par les lois *anti-trust*, les empêchant d'avoir une maîtrise totale du film, de sa production à sa diffusion. Cependant, un retour à cette pratique implique une finalité très spécifique à cette chaîne de valorisation : le film intéresse en tant que *contenu* et la salle de cinéma n'apparaît que comme une *plus-value* au sein de toute une chaîne de valorisation du film.

Le public est le dernier pôle que nous allons succinctement voir. Le public du cinéma a quelque peu changé depuis le début des années 1990, c'est-à-dire depuis l'arrivée des multiplexes. Une enquête du CNC illustre cette transformation²⁷. Il y a, avant tout, une notable réaugmentation du nombre d'entrées (+23% d'entrées sur 15 ans). Ce qui signifie bien que le spectacle cinématographique est encore d'actualité. Cependant, il est significatif de voir pour qui ce spectacle a encore du sens : si la frange des 15-24 ans reste la plus importante, elle s'est considérablement réduite et elle est rattrapée par celle des plus de 50 ans. Ces deux grandes franges ont nécessairement des attentes et des définitions différentes du cinéma : le jeune public inscrit très directement le cinéma dans une perspective plus vaste de convergence médiatique, tandis que l'autre frange poursuit une pratique qui a connu une plus grande autonomie du cinéma.

Le public de cinéma n'est pas seulement vieillissant ; c'est également de plus en plus une pratique d'habitues : 69,5% des entrées sont faites par 33,9% des spectateurs. La même enquête révèle par ailleurs que ce nombre a eu une nette progression en 2008 où des films tels que *Gran Torino*, *Very bad trip* et *Public enemies* ont drainé bien plus d'habitues que d'occasionnels. Le cinéma ne se confine pas totalement dans une pratique d'élite ; bien au contraire, quelques films ont contribué à l'élargissement du public, notamment *Titanic*, *Avatar*, *Les Choristes* et *Bienvenue chez les Ch'tis*.

Tout cela ne signifie donc pas que le public regarde moins de films et que ceux-ci ne sont pas mis en concurrence immédiate par les nouveaux médias et la télévision ; cela signifie finalement que le cinéma est devenu principalement une pratique d'habitues, plutôt vieillissants et que quelques rares événements inscrivent directement le cinéma dans le panorama culturel national. Une enquête commandée par la FNCF - Fédération Nationale des Cinémas Français, qui est le plus gros syndicat d'exploitation en France, regroupant l'ensemble de la profession- sur les attentes et demandes du jeune public permet d'éclaircir la

²⁷ CNC, *Évolution du public des salles de cinéma 1993-2009*, Juillet 2010, disponible sur CNC.fr

problématique de la pratique cinématographique telle que perçue et définie par le public. Le cinéma est toujours une pratique centrale, qui apparaît comme un événement, un moment d'évasion et qui s'intègre dans une perspective plus large (moment convivial avec sortie au café et/ou consommation de *pop corns*). Cependant, il apparaît comme un investissement trop élevé pour prendre des risques quant au choix des films ; le processus de découverte et plutôt une pratique liée aux NTIC et le cinéma est un lieu où l'on préfère voir des films spectaculaires qui font événement²⁸.

Si les usages du jeune public sont spectaculaires, ils n'en restent pas moins significatifs d'une tendance générale du public, à savoir que si la culture cinématographique se développe, le « fait cinématographique » est un choix stratégique ; autrement dit, s'il y a une meilleure visibilité du corpus de films, il y a, dans un même mouvement, une démarche réflexive qui distingue le *fait de voir un film* du *fait d'aller au cinéma*.

Ce fait n'est pas nouveau, l'émergence du parlant a conduit à un changement de pratique où déjà, comme l'a dit Claude Aveline « *nous avons changé. Maintenant, nous n'allons plus au cinéma, nous allons voir un film* »²⁹. Mais la différence fondamentale entre les contemporains de Claude Aveline et nos contemporains consiste en ce que pour les premiers, le film devenait le référent, le « texte » identique pour tous et constituant un élément de notre culture, et que, pour les seconds, la distinction est dans le processus de valorisation du film ; c'est-à-dire que la salle est une valeur ajoutée au film, mais qui n'est pas un accès exclusif aux films. Il s'agit moins de souligner un « texte » qui peut être partagé qu'au contraire, une multiplicité de manière d'accéder à ce texte et d'en tirer un gain pragmatique (meilleures conditions de diffusion) et symbolique (valorisation de l'expérience de spectateur).

E. Affinement de la problématique

Nous voyons dès lors que la définition de la pratique cinématographique ne peut pas se résumer en une formule ; elle serait bien trop tirillée par les différents pôles qui ont des approches et des rationalités qui ne se rejoignent que rarement. De plus, nous voyons bien

²⁸ *Jeune public et cinéma*

Enquête FNCF – brain value – opinion way.
63eme congrès de la FNCF Bordeaux 30 septembre 2008

²⁹ Aveline, 1934, , in. Montebello F., op.cit., p.34

qu'aucun pôle n'est homogène. Enfin, il est à noter qu'aucun acteur au sein de ces pôles ne vise l'homogénéité : le spectateur ne souhaite pas être indifférencié ; l'exploitant non plus (et pas seulement les grands groupes) ; les politiques locales n'ont pas les mêmes attentes liées à l'investissement dans un cinéma que la politique globale de l'État, et ainsi de suite.

À défaut de donner une définition concise et définitive de la pratique cinématographique depuis 20 ans, nous pouvons néanmoins essayer de déterminer les grandes tendances qui cohabitent. Comment s'établissent ces tendances au sein des différents pôles ? Comment les exploitants participent de l'élaboration de ces tendances ?

Analyser la problématique de l'exploitation sous cet angle permet de situer la perception et les pratiques des exploitants dans une sorte de cartographie cognitive et signifiante, sans pour autant la restreindre à leur discours. Cela permet d'envisager la problématique sous l'angle dynamique de circulation des discours plutôt que de baser l'analyse uniquement sur des points de vue fixes ; cela aura pour avantage de cerner plus facilement la *dramatisation* du point de vue situé de chaque exploitant³⁰.

Cela n'empêche nullement l'autre angle problématique qui consiste à déterminer le rôle et les stratégies possibles pour les exploitants actuellement. En effet, c'est en contingence de la constitution des tendances dominantes de pratique cinématographique que les exploitants peuvent élaborer un certain nombre de stratégies (et pas seulement des tactiques élaborées selon leurs perceptions singulières).

Notre problématique est donc double, en ce qu'elle implique un point de vue macro et un point de vue micro. Il s'agit de cerner, du point de vue global, les dominantes de la pratique cinématographique, tout en gardant à l'esprit le rôle que les exploitants jouent dans l'élaboration de ces discours. Cela implique les problématiques esthétiques émergentes, ainsi qu'une approche sociohistorique du développement du champ cinématographique.

Mais, puisque ces dominantes prennent des inflexions particulières selon les différents contextes, et puisque l'exploitation est géographiquement située (et donc relative à une sociologie spécifique) et participe de la médiation culturelle (c'est-à-dire qu'elle implique une articulation singulière du collectif avec le singulier), il est nécessaire d'avoir une approche micro qui puisse déterminer les différentes possibilités et leurs contingences.

³⁰ Si nous parlons de *dramatisation* c'est parce que les phénomènes perçus – généralement de manière parcellaire – par un exploitant semblent insurmontables pour lui, en tant qu'agent isolé ; d'autre part, c'est parce que le point de vue de l'exploitant est toujours une conception plus ou moins « fictive » du cinéma, qui se construit au fil du parcours personnel de l'exploitant.

Nous partirons sur une hypothèse simple : la pratique cinématographique n'a jamais été suffisamment bien définie et tendait à occulter l'importance de la salle de cinéma dans l'expérience du spectateur. Les théories, l'organisation économique, les usages – notamment dans la définition de *cinéphilie* – se focalisent sur les films et bien peu sur l'exploitation, qui est souvent reléguée à un commerce (de surcroît de maigre intérêt financier). Cependant, les changements d'usages et de la valorisation du cinéma – depuis les multiplexes et, surtout, les NTIC - peuvent être réappropriés dans une définition (économique, théorique, pragmatique) de la pratique cinématographique qui prendrait mieux en compte l'importance de la salle de cinéma. En effet, si, actuellement, les conditions de spectacle cinématographique changent, ainsi que la valorisation du spectacle, ce n'est pas simplement le fruit d'un changement d'ordre sociétal et culturel – que l'on qualifierait de tendance *postmoderne* -, mais également le fruit des constructions de la pratique générées par la dynamique du champ de l'exploitation. Pour le dire autrement, nous postulons que l'organisation de l'espace public cinématographique a été pérenne parce qu'il n'y avait pas de concurrence dans les modes de diffusion des films ; ce faisant, l'on s'est centré sur une définition et une organisation économique du cinéma privilégiant le film. Les usages que tendent à insérer les NTIC et les nouvelles problématiques du champ cinématographiques ne sont que le prolongement logique de ces principes. Inversement, nous proposons une analyse critique de ce développement ainsi qu'une lecture alternative du processus historique de valorisation du cinéma en insistant sur le rôle des exploitants ; ce faisant, nous pourrions d'une part définir les problématiques métiers de l'exploitant et, d'autre part, proposer l'esquisse de solutions alternatives aux problématiques actuelles, dont nous avons trouvé des exemples dans l'espace public cinématographique.

Ainsi, si les relations entre culture et commerce sont effectivement un angle problématique pour ces médiateurs - et impliquent alors que l'on s'y attarde -, les exploitants ne doivent pas pour autant faire l'économie d'une approche réflexive et notamment de redéfinir leurs priorités. Certes, nous le verrons, l'espace public cinématographique est inscrit dans une problématique socioculturelle plus vaste, mais cela n'empêche nullement les exploitants de bien veiller à clarifier leur positionnement par rapport aux autres acteurs de l'espace public cinématographique. Il s'agira de prendre en compte à la fois la logique esthétique (se positionner par rapport aux logiques des auteurs, des critiques et des spectateurs), la logique économique (diffusion et marché) et la logique politique (de pouvoir et d'appartenance).

F. Pistes de recherche et de réflexion

À partir de notre problématique et de cette double hypothèse – changement d’usages notamment dû à une définition incomplète de la pratique cinématographique –, nous développerons l’analyse à travers trois angles problématiques : comment s’est défini le cinéma ? Qu’est-ce qui compose une expérience cinématographique ? Comment l’exploitant participe à la définition du cinéma et quel est son rôle vis-à-vis de cette expérience ?

Nous attachons une importance toute particulière au fait que l’exploitant est un médiateur, qu’il articule des singuliers au pluriel. Nous aurions pu nous contenter d’une approche purement économique (c’est-à-dire propre à l’infrastructure), ou inversement, d’une conception générale sur l’esthétique et sur la médiation esthétique (c’est-à-dire propre à la superstructure). Il nous est apparu cependant très important de cerner l’importance de la question politique dans cette fonction d’exploitant et c’est précisément parce qu’il articule ces deux dimensions que sont infrastructure et superstructure, et que ces deux dimensions sont moins autonomes qu’interdépendantes, que l’exploitant nous semble être un objet pertinent pour interroger le cinéma. C’est à la fois comme énonciateur de la pratique cinématographique, mais également comme interprète de cette pratique et des usages ainsi qu’en tant que générateur d’expérience cinématographique, que la fonction d’exploitant nous apparaît extrêmement riche, complexe ; c’est aussi à la diversité de sa pratique que nous devons une « diversité théorique ». Du reste, la circonscription du rôle de l’exploitant dans l’expérience cinématographique du spectateur ne contredit ni une approche philosophique – par exemple celle de Cavell –, ni une approche socioéconomique ; au contraire, elle les fédère.

Comment s’est défini le cinéma ? Il est notable que si le cinéma a fasciné par son dispositif et son caractère de reproduction, permettant alors de possibles médiations pédagogiques et scientifiques, la dominante a assez vite été de l’ordre fictionnelle. S’il existe différentes formes d’expression cinématographique – documentaire, amateur, essai formel –, nous nous attacherons presque exclusivement à la fiction, qui, dans l’imaginaire collectif, est automatiquement associée au cinéma. Le cinéma est, par ailleurs, considéré comme *hétérotopie*, c’est-à-dire comme espace de multiplication d’espaces, comme espace-temps critique³¹.

³¹ Foucault M., « des espaces autres », in. *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, octobre 1984

Cependant, à de rares exceptions près, avec la légitimation et la structuration du champ cinématographique, la *dimension hétérotopique* a glissé de la salle au film ; c'est moins la salle que le film qui, depuis le parlant, devient cet espace utopique critique³². Par ailleurs, les théories de cinéma se sont principalement concentrées sur les films, avec une approche herméneutique puis également sociologique, tandis que les salles tendaient à perdre une architecture prestigieuse au profit d'une plus grande offre de films. Tout cela nous apparaît comme particulièrement problématique.

L'ensemble des définitions, des approches de cette période se sont inscrites dans une perspective moderne : le film apparaissait comme un objet résolument moderne et les salles offraient un spectacle cinématographique dans une perspective de légitimation culturelle³³.

Aujourd'hui, lorsque l'on lit des résultats d'enquêtes sur les attentes du public, lorsque l'on fait attention aux usages, mais également lorsque l'on voit les politiques de programmation de films (que ce soit un multiplexe ou une salle *art & essai*), le cinéma semble se définir, avant tout, comme *corpus de films*, dont la qualification de « film de cinéma » est le fruit parfois d'une légitimation par le champ (comme par exemple, les différents téléfilms de Téchiné, de Gus Van Sant, qui sont produits comme téléfilms mais finalement diffusés au cinéma), dont l'intérêt premier, mais pas exclusif, est d'être vu en salle de cinéma. La salle est la *plus-value* de l'expérience cinématographique. Cela explique notamment le succès actuel de la 3D alors que le relief s'est toujours historiquement soldé par un échec ; de même, cela explique l'acceptation des systèmes d'offres « illimités » qui, il y a quelques décennies encore, était interdit.

³² C'est ce que nous avons laissé entendre dans la citation de Claude Aveline. Avec le parlant, qui standardise le film sur l'ensemble du territoire se constitue un espace utopique, celui du public du film, alors qu'avant, le film était manipulé par l'exploitant pour l'inscrire dans les attentes de son public. C'est un changement paradigmatique pour le cinéma et l'inscrit dès lors très directement dans la question politique et culturelle.

³³ On peut tout à fait lire des théories pourtant bien différentes sous l'optique moderne : Jacques Aumont, André Bazin, Stanley Cavell, Gilles Deleuze, Walter Benjamin et bien d'autres encore, sont finalement des auteurs qui interrogent le cinéma dans une perspective herméneutique où le film est considéré comme un indice, un symptôme d'une réalité plus vaste et qui la remplace, en y ajoutant la puissance expressive d'un auteur, afin de constituer une ultime vérité. Ce qui explique l'importance fondamentale que la plupart de ces auteurs accordent au fait que le cinéma soit projeté automatiquement de photographies, générant illusion de mouvement et création de durée : le film, dans son dispositif même, illustre toute la nécessité expressive, une métaphysique de l'intériorité et de l'extériorité qu'elle problématise, et rejoignent plus ou moins la définition de la vérité chez Lacan : « *la vérité, c'est la dit-mension, la mention du dit* ».

Nous disions « à de rares exceptions près », parce qu'il y a eu quelques théories qui se sont penchées sur les conditions de diffusion de films – notamment Gilbert Cohen Sérat que nous avons déjà mentionné –, mais également des innovations dans les dispositifs de diffusion de films et de mise en exergue de l'importance de la salle dans l'expérience de film, notamment les différents essais de cinéma en relief, de cinéma à 360°, mais également d'interactions avec le film, dont l'exemple le plus fameux est le *Rocky Horror Picture Show*. Cependant, ces exemples ne sont restés que parcellaires, minoritaires. C'est qu'ils ne correspondaient pas au critère de la perspective moderne qui était alors dominante. Nous reviendrons sur ces questions.

Ces nouvelles possibilités structurelles du cinéma proviennent d'une modification des rapports entre infrastructure et superstructure ; leur rapport dialectique apparaît plus renforcé et totalement intégré par l'individu. Le corps lui-même, en tant qu'infrastructure, devient espace *hétérotopique* et espace problématisé dans la valorisation de l'expérience cinématographique. Analyser les problématiques métier de l'exploitation cinématographique, à l'aune de la médiation culturelle, c'est, au contraire, recentrer l'importance sur la salle de cinéma ; c'est aussi considérer qu'il y a délégation de pouvoir symbolique au spectateur, mais de manière moins implicite que dans les logiques actuelles.

Qu'est-ce qui compose une expérience cinématographique ? Cette question est finalement double : elle implique, d'une part, ce qui structure la demande en cinéma ; d'autre part, elle implique ce qui structure l'expérience cinématographique elle-même au sein de l'expérience du sujet. À la suite des travaux de Bernard Lamizet, et dans d'autres mesures, ceux de Claude Forest et de Stanley Cavell, nous soutiendrons que la demande est *hétéronome* : elle est interprétation singulière de ce qui compose la pratique et la demande en général ; elle est moins une demande individuelle et pleinement rationnelle qu'expression de l'articulation dialectique avec l'espace culturel. C'est peut-être même cela qui donne tout son sens à l'expérience esthétique : c'est parce qu'il y a un idéal de soi clairement exposé et un rapport au collectif objectivé dans la salle que le spectateur peut s'identifier, se sublimer ou, au contraire, porter un positionnement critique.

Pour ce qui est de l'inscription de l'expérience cinématographique dans l'expérience du sujet, il faut entrevoir à la fois l'expérience suscitée par le film et l'expérience médiatée par la salle de cinéma. De par son caractère photographique, le cinéma a d'abord fasciné par sa capacité paradoxale à susciter et à éveiller l'imaginaire³⁴. Cette puissance imaginaire est fondamentale, et les offres actuelles, ainsi que les conditions nouvelles de spectacle cinématographique, ne se distinguent pas des premiers films à ce sujet.

Cependant, la singularité de l'expérience cinématographique ne se résume pas à cela : l'approche moderne du cinéma considère que le film engage une posture morale et symbolique, dans la mesure où il problématise notre regard sur le monde et notre position

³⁴ Banda D. et Moure J. (textes choisis par), *Le cinéma : naissance d'un art 1895-1920*, Champs Flammarion, Paris, 2008

Morin E., op.cit.

dans le monde³⁵. Cette singularité du film de cinéma s'est d'autant plus affirmée avec l'émergence d'autres formes de fiction audiovisuelle³⁶. L'expérience en salle – c'est-à-dire dans un espace nous isolant de l'espace public, où l'on regarde un film avec d'autres spectateurs - semble renforcer cette conception. Le film interroge la morale en ce qu'il nous offre un autre rapport spatio-temporel au monde et dans le monde, permettant, sinon la connaissance (de soi), au moins la reconnaissance (de la forme et, en prolongement, des conditions de la forme et de l'expression). C'est ce qui définira, dans la présente thèse, le *regard* du spectateur.

Cependant, pareille approche, qui a surtout été développée à travers les théories esthétiques, n'est que du seul choix du spectateur : elle est déterminée par sa *volonté* et du *contexte discursif* qui encadre son *expérience*. Il existe ainsi différentes configurations de *l'expérience cinématographique*, différents niveaux réflexifs possibles. C'est d'ailleurs toute la différence que nous ferons entre *regard* et *point de vue* dans ce qui compose *l'expérience* du spectateur: le *regard* est propre à l'expérience en salle, tandis que le *point de vue* est l'articulation de cette expérience à l'espace public.

Troisième et dernier angle d'analyse : quel est le rôle de l'exploitant vis-à-vis de cette expérience et comment participe-t-il de la définition du spectacle cinématographique ? Nous aurons vu, d'une part, comment se constitue la pratique cinématographique et, d'autre part, comment se constituent les usages – autrement dit : d'une part, la définition sociale du cinéma et, d'autre part, les possibilités d'interprétation singulières. La fonction intermédiaire, qui participe à cette articulation, est précisément celle de médiateur, qui est le propre de l'exploitant. N'oublions que, par définition, exploitation signifie « valorisation » ; l'exploitant de cinéma est celui qui participe à la valorisation du cinéma et des films. Il doit lui-même interpréter la pratique cinématographique et l'exprimer de telle sorte que le spectateur ait une visibilité de la pratique cinématographique. Évidemment, dès lors qu'une mécanique d'interprétation / expression apparaît, la problématique se complexifie, puisqu'elle est située et dramatisée. Si nous reprenons, de manière personnelle, la proposition de Bernard Lamizet, la fonction d'exploitant, en tant que médiateur culturel, implique quatre actions vis-à-vis du public :

³⁵ Nous retrouvons pareille approche, que nous qualifions de moderne, dans des textes théoriques (Cavell, Schéfer, Rancière...), que dans des textes critiques (Kaganski, Daney, Bazin...), ainsi que dans les propos de cinéastes.

³⁶ Laurent Creton ne dit pas autre chose lorsqu'il évoque un gain de valeur symbolique du film de cinéma suite à l'émergence des téléfilms. Creton L., *Cinéma et marché*, op.cit.

- Donner un accès à l'imaginaire ;
- Déléguer un pouvoir symbolique au spectateur ;
- Donner de la visibilité sur le monde et sur le cinéma ;
- Participer à la compréhension du cinéma – et, indirectement, à la compréhension du monde.

La première action est, à proprement parler, la condition fondamentale – *sine qua non* pourrions-nous dire – de la médiation cinématographique. C'est l'imaginaire qui permet la projection spéculaire. En ce sens, quoi que fassent les exploitants, ils donnent toujours un accès à l'imaginaire. Le film est un accès à l'imaginaire, mais les rituels cinématographiques, l'architecture de l'établissement, c'est-à-dire tout ce qui établit le lieu comme espace *hétérotopique* est déjà une construction imaginaire. C'est précisément ce que mettaient en exergue les architectures des ciné-palaces et ce sur quoi les multiplexes ont actuellement un avantage considérable par rapport aux établissements plus retroints. À moindre mesure, certains complexes ont exprimés un imaginaire moderne et nous avons parfois rencontré des salles encore non rénovées dont les décors sont encore marron et orange, couleurs modernes il y a quelques décennies, tandis que le rouge et le noir semblent être les nouveaux signes de l'élégance cinématographique. Mais, si l'imaginaire est ainsi mis en exergue, l'on ne doit pas occulter les rapports réels et symboliques qui s'effectuent dans l'exploitation cinématographique. Les rituels cinématographiques, les animations, la programmation de films, sont autant de manière d'engager un positionnement dans l'espace public, une manière de faire la médiation avec l'espace public cinématographique et d'engager le spectateur.

Les trois autres actions sont les finalités de la médiation. Suite à l'engagement par l'imaginaire, l'exploitant articule le singulier et le collectif à travers la délégation de pouvoir symbolique, la visibilité qu'il donne sur le monde et le cinéma et à travers la manière dont il donne à comprendre le cinéma ; autrement dit, il offre de l'interprétation. Cependant, il n'y a pas homogénéité : les exploitants n'insistent pas tous sur les mêmes actions et procèdent de manières différentes. Bien souvent, certaines actions sont privilégiées au détriment d'autres.

Ces différentes postures s'expliquent de manière systémique – en relation vis-à-vis du champ de l'exploitation – et localisée – la singularité du lieu, de l'établissement, de l'exploitant, du public. S'il y a une double explication, c'est parce que, comme nous l'avons dit, la posture de l'exploitant est elle-même une mécanique d'interprétation / expression au sein de l'espace public, c'est-à-dire, pour mémoire, que l'exploitant interprète les logiques du

champ et de l'espace culturel tout en y participant³⁷. C'est dire si la « singularité » de l'exploitant est elle-même *hétéronome*. Il est utile de se rappeler que, par définition, une *singularité* n'existe que de manière dialectique, c'est-à-dire en relation à un phénomène externe ; c'est bien par rapport à quelque chose qu'une chose se singularise, c'est-à-dire n'apparaît plus comme clairement définissable³⁸. L'espace culturel, le champ de l'exploitation cinématographique, sont des réseaux d'interprétations, d'expressions, d'expérimentations parfois, de mimétismes, lesquels construisent le cadre de perception de l'exploitant de ses possibilités au sein du champ³⁹.

Nous verrons qu'il y a rarement harmonie entre les conceptions du champ de l'exploitation et la définition générale de la médiation culturelle : bien souvent, le champ s'est unifié au détriment d'une problématisation de la fonction de médiation culturelle ; inversement, la problématisation apparaît lorsque le champ est en crise. Nul lien de causalité entre ces deux phénomènes, mais un simple constat des difficultés de constituer le cinéma comme médiation. Nous émettons ici l'hypothèse que c'est précisément cette instabilité qui a conduit à l'actuelle problématique ; autrement dit, à la nécessaire redéfinition de la fonction d'exploitant de cinéma.

³⁷ Penser en termes d'interprétation / expression implique une posture moderne dans notre travail. Si, dans la poursuite des travaux de Fredric Jameson, nous serons amenés à analyser les enjeux culturels de la postmodernité, nous le ferons en tant qu'héritiers des modernes (ce qui me semble, par ailleurs, être le propre de la posture de Jameson, qui articule les théories contemporaines américaines à la philosophie continentale et plus précisément aux travaux de l'école de Francfort).

³⁸ Nous reviendrons sur ce point important, mais il est utile de noter que si la singularité est un qualificatif pour quelque chose qui n'est pas clairement identifiable, cela ne signifie absolument pas qu'il s'agisse de quelque chose d'irrationnel. La médiation culturelle, le commerce de la culture, l'esthétique sont des domaines de singularités. Ils n'en demeurent pas moins rationalisés. Cette rationalisation est le produit de la dialectique. L'essai sur le goût de Montesquieu, l'analyse de la faculté de juger chez Kant, sont des rationalisations du « je ne sais quoi » de l'expérience esthétique. Ce « je ne sais quoi » est par ailleurs le point indéfinissable parce qu'il n'est pas dans une téléologie naturelle, mais le produit de la pensée ; il est l'expression même de la liberté, donc une intuition de notre condition morale.

Au niveau de l'infrastructure, Lucien Karpik, dans sa proposition d'analyse de l'économie de la culture en tant qu'économie de singularités, offre un aperçu des différentes formes de rationalisations de la commercialisation des « je ne sais quoi » des produits culturels à travers l'établissement de différents dispositifs de jugement. Une fois encore, c'est par un processus dialectique que ces « je ne sais quoi » sont rationalisés : ils existent en fonction d'une norme implicite donnée.

Cf Montesquieu, *Essai sur le goût*, Genève, Droz, 1967

Kant E., *Critique de la faculté de juger*, Paris, Aubier, 1997

Karpik L., *L'économie des singularités*, op.cit.

³⁹ Sur ce point, nous suivons les hypothèses développées par Claude Forest dans son dernier ouvrage, qui, poursuivant les propositions théoriques de René Girard, fait une analyse systématique des mimétismes au sein de l'offre et de la demande en cinéma. Si notre posture n'est pas nécessairement girardienne, le fait d'envisager la médiation culturelle comme processus dialectique implique un certain nombre de référentiels (plus ou moins implicites) permettant aux acteurs de s'accorder ; la recherche même de référentiel implique nécessairement du mimétisme.

Forest C., *Quel film voir ?*, op.cit.

G. L'axe horizontal et l'axe vertical de la problématique

Nous ne pouvons pas faire l'économie d'analyse de cas. Aussi, pour chaque axe d'analyse, nous intégrerons l'ensemble des pôles qui participent au problème et nous garderons toujours en horizon la définition de métier d'exploitant. Nous ne pouvons pas nous restreindre à la situation actuelle, à une sorte d'arrêt dans le temps ; il s'agit de comprendre les forces d'inertie qui sont engagées et cela suppose une approche générative, généalogique. Il est utile cependant de faire un cliché des problèmes dont nous irons chercher des sources possibles. Nous devons à la fois prendre en compte le contexte actuel – l'axe horizontal – avec ses rapports de pouvoirs, et partir à la recherche de la logique dialectique et historique qui a conduit à ce problème – l'axe vertical. Ce ne sera qu'une fois ces deux axes compris que l'on pourra définir le métier d'exploitant (de manière pragmatique et historique), dépasser le problème et proposer des alternatives.

D'une part, au niveau de l'axe horizontal, pour ce qui est de la définition de la pratique cinématographique, nous voyons actuellement une dissémination des discours, ainsi qu'une perte de visibilité des anciens prescripteurs. Ce changement de prescripteurs et de rapports de force s'accompagne d'un changement des modalités mêmes de la prescription. Dans l'ensemble, le cinéma apparaît moins comme une affaire politique que comme une affaire de goût (or, du goût, on ne discute pas). À cette hybridation des discours se joint une hybridation des formes (le cinéma passe à la télévision, des téléfilms deviennent des films de cinéma, des stars de la TV deviennent des capitaux symboliques intéressants pour un film...), dans les modalités de réception (le cinéma diffuse de l'opéra, les *home-cinema*...) et dans les prescriptions (tendance à l'intermédiation). Il s'agit alors pour les exploitants de composer avec ces différents mélanges.

Il y a justement, au niveau des innovations des multiplexes, une stratégie *d'événementialisation* et *d'expérience différenciée* (notamment avec l'accès illimité et, surtout, la 3D). Les multiplexes travaillent à l'intégration du cinéma dans la sphère de la quotidienneté tout en assurant un effet de distinction par l'expérience en salle. Il s'agit d'un glissement de régime de valorisation où, de la question esthétique - et plus ou moins morale de l'ancienne *cinéphilie* -, l'on tend vers la valorisation individuelle dans la manière de construire rapidement un grand nombre de références intertextuelles, d'être acteur de

l'événement aussi bien au niveau social (« en être ») que perceptif (c'est mon corps – comme espace utopique - qui est totalement engagé). Nous émettons l'hypothèse qu'il s'agit d'assurer à la fois un retour de la contingence dans l'expérience, tout en garantissant une relation à l'espace culturel. Pareille situation a déjà historiquement existé (cinéma des premiers temps et des forains) et diverses expériences ont déjà eu lieu (notamment le *Rocky Horror Picture Show*).

Le rôle de l'exploitation n'est plus clairement défini et cette opacité est le résultat de la manière dont s'est structuré le champ organisationnel du cinéma et donc de ses effets politiques, ainsi que de la manière dont le spectacle cinématographique s'est progressivement indéfini. Il en ressort un certain nombre de subversion des fonctions de la médiation, aboutissant à des valeurs nouvelles et fallacieuses que nous nommerons valeurs *pharmakon*. Ces valeurs se manifestent, par exemple, avec la subversion de la délégation de pouvoir au public : dans les logiques de distinction et d'offres illimitées, celui-ci est moins symbolique que pragmatique (le nombre d'entrées). Les exploitants sont désolidarisés et conduisent à une désolidarisation des rapports dialectiques à l'œuvre dans la médiation, tendant plutôt sur une réduction du domaine d'application :

- Les multiplexes se concentrent sur l'accès à l'imaginaire ;
- Les plus petites salles font l'impasse sur cette dimension et certaines d'entre elles tendent vers une moralisation de la pratique ;
- Il existe de nouvelles formes d'exploitations que nous qualifierons de formes alternatives : ce sont aussi bien des bénévoles qui créent des festivals (comme à Marseille) que des bénévoles qui prennent en charge une salle avec une conception élargie du cinéma, mais avec une très faible portée.

Il s'agit, jusqu'à présent, de la dimension synchronique – plus ou moins contemporaine – du problème. Mais il est nécessaire d'opter également pour une approche diachronique, plus structurale, pour comprendre la complexité du problème. Autrement dit, intégrer un axe vertical.

La difficulté de définir le cinéma, l'articulation délicate des discours ne sont pas seulement le fruit de difficultés organisationnelles. La problématique du cinéma s'inscrit dans une problématique bien plus large : celle de la logique culturelle à l'aune de la modernité. Oublier cette dimension, c'est faire l'impasse sur l'articulation dialectique dans la structuration de la

culture et résumer ainsi notre analyse aux effets de structures tels que générés par l'infrastructure. Or, tout le problème du cinéma consiste à offrir un cadre expérientiel et une expression artistique qui problématise l'expérience ordinaire des sujets ; le problème du cinéma est également de s'inscrire et d'être légitimé au sein de l'espace public. Il y a corrélation entre ces points et les difficultés d'ordres organisationnelles.

L'analyse débutera donc sur un *plan large*, qui visera les problématiques d'ordres culturelles. Les suites de la modernisation au XIXe siècle ont généré des logiques culturelles qui interrogent la perceptibilité et le désir du sujet, ainsi qu'une modification de l'articulation entre politique, esthétique et art. C'est dans cette très forte instabilité que le cinéma est apparu et s'est développé. Il est évident que la difficile structuration du champ procède directement de la difficulté à définir et à circonscrire la culture, ainsi que la difficile circonscription de l'expression et du discours artistique. Toute *l'hétéronomie* de la demande, de l'offre, de la structuration des discours procède des fruits de la structuration de la culture moderne qui n'a de cesse de se transformer au fil du temps.

Il apparaît, tout au long du XXeme siècle, une approche critique des écrits modernes des Lumières et du XIXe siècle consistant à refuser le pouvoir d'autonomie du sujet, réinterroger la notion de réalité, ainsi que la puissance autotélique de la culture. Nous émettons l'hypothèse, en nous appuyant sur les travaux de Benjamin et de Cavell, que, précisément, la modernité du cinéma consiste à exprimer cette critique, notamment dans sa relation vis-à-vis du champ des arts, mais également dans les conditions perceptives qu'il offre.

La question fondamentale, la problématique primordiale, de l'approche critique consistant à s'interroger sur les conditions mêmes de l'expérience du sujet.

Ce n'est qu'ensuite que nous pourrons faire un *plan américain*, où nous pourrons établir la réflexion que nous évoquions précédemment. Il s'agira alors de voir comment le champ s'est constitué, sur quels discours. Nous verrons d'ailleurs que les discours portant sur la pratique cinématographique souffrent de la césure même dont nous aurons parlé en première partie : tiraillés entre une conception moderne et une conception dix-neuvième siècle, entre le sujet et l'individu, entre le réel et la réalité, entre l'art et le commerce... Ces tiraillements sont d'autant plus prononcés que ces débats ne sont pas animés du seul désir des sujets qui y prennent part, mais également par leur *conatus*, signifiant politique du désir.

L'évolution de la pratique cinématographique résulte à la fois des problématiques liées à l'expérience du sujet, mais également des discours et infrastructures d'offres du cinéma.

Il s'agira, en dernière mesure, de faire quelques gros plans, des analyses de situations précises, afin de voir quelques stratégies possibles. C'est la praxis de l'exploitant – c'est-à-

dire les possibilités pratiques - qui sera précisément visée ici. Les stratégies consistent à harmoniser le *conatus* avec le *désir*.

H. Objectifs de la thèse

La présente thèse vise deux objectifs : d'une part, établir un dialogue entre le savoir universitaire et la pratique des professionnels ; d'autre part, consacrer une transdisciplinarité dans le cadre d'analyses d'objets et pratiques culturelles.

En effet, si le présent travail s'inscrit dans le cadre académique, c'est-à-dire dans un lieu de connaissances fondamentales, cela n'empêche nullement un dialogue avec le savoir en action propre aux exploitants. Bien au contraire. Ce travail est, finalement, une forme de « traduction » des discours entendus lors d'entretiens avec les exploitants et un travail de « recadrage » de ces discours dans des perspectives économiques, systémiques, dialectiques et historiques. Les critères qui aboutissent à ce « recadrage » intéresse peut-être directement le savoir universitaire ; cependant, la distanciation à l'objet, permettant ce « recadrage », offre peut-être un regard extérieur qui peut souligner des pratiques disséminées et leur offrir, en contrepartie, une légitimité, un « discours ».

D'autre part, au plan strictement épistémologique, la présente thèse se confronte au problème « d'héritage théorique » propre aux Sciences de l'Information et de la Communication et propre aux Études Cinématographiques. Il s'agit de reconnaître une continuité problématique à travers plusieurs disciplines – sémiotique, économie, sociologie, etc. -, ainsi qu'entre différentes époques et différents lieux – théorie continentale et théorie américaine. Cette approche nous apparaît d'autant plus importante à l'heure des objets complexifiés par les médiatisations et par la globalisation, c'est-à-dire à l'heure d'une forte dissémination spatiale et d'un grand écrasement temporel. À la complexité de l'objet, il faut apposer un appareillage théorique tout aussi complexe. C'est pourquoi ce travail est moins instigateur et producteur de données brutes qu'il ne propose des liens entre différentes approches, entre différents travaux et résultats. L'intérêt de ce travail est plutôt de l'ordre de la cartographie théorique, qui vise à reconnaître (mais aussi à circonscrire) un certain nombre de théories qui étaient alors séparées pour des raisons de discipline, de géographie...

Pourquoi une telle complexité théorique? Parce que la définition du métier d'exploitant de cinéma implique une définition précise de ce qu'il « valorise », à savoir le

cinéma. Le spectacle cinématographique doit alors être analysé sous l'angle de la médiation signifiante du film (c'est là l'importance de la programmation de film) et sous l'angle de la médiation signifiante de l'expérience esthétique en salle (c'est là l'importance du travail d'accueil, d'architecture, d'animation...).

Nous défendons cette double approche qui, bien souvent, n'est perçue que de manière parcellaire : l'on insiste sur le film et, tout au plus, la salle serait une contingence avec plus-value. C'est alors que se dessinent les problématiques métier de l'exploitation : il s'agit de défendre cette double médiation dans un contexte socioéconomique qui ne la reconnaît pas ; nous devons alors exploiter des théories économiques, sociologiques et historiques pour comprendre la construction de ce contexte et en faire la critique.

C'est au terme de ces parcours que nous pourrions proposer un certain nombre de propositions, rouvrir un dialogue – en connaissance de cause – avec les professionnels.

I. Corpus

Les points problématiques seront traités dans différentes analyses de cas. Il est important de noter que l'objectif de l'établissement de ce corpus n'est pas tant l'élaboration d'une conception pointue de chacun de ces éléments, mais précisément de voir comment leur interaction produit des effets signifiants. Autrement dit, cette thèse est fondamentalement théorique, mais elle s'appuie autant que faire se peut sur des éléments du corpus.

D'une part, le corpus comprend des entretiens avec des exploitants indépendants et de salles municipales, ainsi que d'associations. Les multiplexes ne se présentaient pas comme favorables à des entretiens. J'ai d'abord concentré mes recherches sur Lyon, puis sur Marseille. Assez rapidement, il m'est apparu que l'organisation est plus sectorielle qu'établie dans une ville. J'ai donc rencontré des individus un peu disséminés. En effet, les stratégies en centre-ville sont fort différentes de celles dans des espaces sociologiquement plus restreints. La méthodologie est un entretien semi-directif : il s'agissait avant tout de laisser le plus possible la parole aux interlocuteurs, les conduire à exprimer leur perception et leur motivation. Ma participation dans l'entretien consistait à animer le plus possible l'échange, ce qui implique des formules parfois sémantiquement flottantes, permettant de voir jusqu'à quel

point ils précisent leurs propos ou non. À ce corpus d'entretiens s'ajoutent quelques interview retrouvées dans des journaux.

L'analyse de ces discours s'accompagnera d'analyse de système d'offre de cinéma dans des salles indépendantes, *art & essai* et multiplexes. L'analyse comprend aussi bien la programmation à proprement parler, que l'architecture de l'établissement, ses stratégies de tarif et les rituels qu'il propose.

Puisqu'il s'agit de également situer l'offre des exploitants dans le panorama d'offre cinématographique en général, nous prenons également en compte diverses offres de films dans les commerces culturels, à la fois situés dans l'espace public ainsi qu'à travers les NTIC. Nous développerons quelques réflexions sur les stratégies d'offre – et les pratiques sur lesquelles elles s'appuient – de commerces culturels de grande visibilité comme la FNAC et son dispositif de vente sur Internet, *Amazon* et *CDiscount*.

Le discours n'étant pas seulement établi par ces commerces et les exploitants, mais également par les autres supports de diffusion, il sera pertinent d'analyser la manière dont la télévision valorise les films de cinéma, dans son discours comme dans sa programmation. À ce titre, nous prendrons comme objet TF1, M6, France 2 et Arte qui nous apparaissent comme les chaînes qui ont le plus de visibilité et la plus grande puissance de prescription au sein de l'espace public. Canal Plus n'entre pas dans notre corpus, pour plusieurs raisons : d'une part, il s'agit d'une chaîne à péage, ce qui implique un autre rapport à son public ; d'autre part, suite aux réglementations de Jack Lang, Canal Plus est soumis à un certain nombre de conditions et en font un objet d'étude beaucoup trop complexe pour s'intégrer dans notre travail.

Parce que le discours n'est pas seulement construit par cet ensemble d'offres, et parce que notre réflexion est influencée par les théories de Lucien Karpik, il est évident que nous devons analyser un maximum de dispositifs de jugements : nous devons avoir un aperçu d'un ensemble de discours critiques participant à l'élaboration de la pratique cinématographique. Nous intégrerons donc dans notre corpus des textes critiques édités dans la presse – quotidien, hebdomadaire – ainsi que sur Internet. La critique radio n'entrera pas dans notre corpus pour trois raisons : d'une part, il s'agit d'un média très spécifique, dont la pratique est très complexe ; d'autre part, nous ne saurions avoir une analyse exhaustive de notre problème sans produire un texte trop fastidieux et sans une multiplication de problèmes herméneutiques et méthodologiques ; et, en dernier point, il est particulièrement difficile d'accéder aux archivages de ces émissions, et de constituer un corpus pertinent et disponible pour le lecteur.

Parce que nous émettons l'hypothèse d'une modification de la pratique cinématographique, nous envisageons que ce principe s'applique également aux textes de théories du cinéma. Quelques textes fondamentaux et symptomatiques de la conception moderne, puis postmoderne du cinéma seront ainsi intégrés dans l'analyse.

Nous disions précédemment que cette thèse reste principalement théorique. Il est alors nécessaire de souligner quelles sont les références théoriques fondamentales de ce travail. Notre réflexion trouve ses sources théoriques fondamentales dans les travaux portant sur la médiation culturelle développés par Bernard Lamizet ainsi que Jean Caune. Le premier offre un cadre théorique complexe tandis que le second a pour avantage d'engager la réflexion de manière historique, notamment à travers la manière dont les politiques culturelles ont amené différentes acceptions de la médiation culturelle.

Pareilles références invitent à une attention particulière à l'articulation politique et esthétique. Il y a une économie politique de l'expérience esthétique et, réciproquement, l'expérience esthétique peuvent conduire à des problématiques plus spécifiquement politiques.

Il est donc nécessaire d'avoir en vue cette articulation. Quelques auteurs ont traité de cette approche de manière plus ou moins directe et nous les reprendrons dans le cours de notre travail. Platon nous servira de point de départ et nous préleverons de sa pensée la notion de *pharmakon*⁴⁰. Kant, Benjamin, comme penseurs de la transition, de l'intégration de plusieurs formes culturelles et des articulations, au sein de l'expérience esthétique, du sujet avec le collectif, autrement dit, de l'articulation de l'esthétique et du politique.

Évidemment ces auteurs ont pensé et écrit à une époque distincte de la nôtre et nous ne pouvons suivre leurs propositions de manière intégrale. Il n'en demeure pas moins que la puissance de leur pensée consiste en ce qu'ils proposent non pas un état de fait qu'un processus de pensée. Que les points d'ancrage du processus changent ne modifient en rien les problèmes reliés au processus ; tout au plus, nous verrons que nous devons intégrer des étapes réflexives supplémentaires. En cela Benjamin nous est providentiel dans sa manière d'arriver

⁴⁰ Plus précisément, nous reprendrons ce concept de la lecture que fait Jacques Derrida du Phèdre : « La pharmacie de Platon ». Il nous importe d'ailleurs moins d'établir un exégèse précise qui permettrait de distinguer l'interprétation de Derrida du texte fondamental de Platon que de voir que Derrida a procédé à une réactualisation d'un problème souligné par Platon, à l'époque même de basculement paradigmatique des dispositifs médiatiques et des rapports infrastructure / superstructure. Le *Pharmakon* nous apparaît alors comme une expression symptomatique des enjeux de la postmodernité. In, Derrida J., « La pharmacie de Platon », in. Platon, *Phèdre*, Paris, Garnier Flammarion, 1989

À ce titre, il est notable de voir que des penseurs contemporains aient repris à leur compte ce concept pour traiter des problèmes actuels liés à la technique, aux médiations, aux formes de marchandisation de la culture et dont l'exemple le plus manifeste est Bernard Stiegler.

à réarticuler Kant avec des problématiques d'industrie culturelle (même si l'expression n'est pas de lui, mais de son acolyte de l'école de Francfort : Adorno).

Il semblait à la fois surprenant et intéressant de retrouver une continuité de cette approche dans la pensée américaine contemporaine, chez Cavell et à moindre mesure chez Fredric Jameson. Il est évident qu'il n'y a pas de filiation directe – Cavell appuie sa pensée sur Emerson plutôt que sur Kant (qu'il critique en une certaine mesure) –, il n'en demeure pas moins qu'ils reprennent la logique processuelle de la dialectique (surtout Jameson, qui reprend en charge aux Etats-Unis une approche Marxiste des industries culturelles). Cavell et Benjamin ont approché le cinéma parce qu'ils ont été témoins d'un changement de paradigme : le premier est témoin d'un changement du spectacle cinématographique aux cours des années 1960-1970 ; le second interroge la pertinence des industries culturelles par rapport à la culture dans son approche traditionnelle.

Si nous regroupons ces auteurs apparemment forts différents et que nous n'intégrons pas d'autres auteurs qui sembleraient plus proches – comme Adorno par exemple – c'est également pour la manière dont ils permettent une approche constructive et éminemment positive : selon eux, un état de fait n'est jamais qu'une construction de notre perception ; ainsi, saisi par une pensée dialectique et processuelle, un état de fait n'est jamais positif ou négatif, il n'est qu'une étape significative. Et à chaque étape, il s'agit d'évaluer le champ des possibles. C'est notamment pour cela que nous prenons le risque d'intégrer Jameson dans notre travail : en effet, les discours postmodernes et relativistes semble empêcher d'entrevoir une conception générale ; Jameson s'y essaie malgré tout, comme Kant a dû se séparer des empiristes radicaux de son époque.

Nous aurions pu intégrer bien d'autres auteurs, cependant, nous ne postulons pas pour une autonomie de l'esthétique, ou bien pour une autonomie fort relative. La question de la fonction de l'exploitant, ses problématiques liées à la fois à l'esthétique et au politique en sont précisément une preuve supplémentaire. Nous prenons le champ artistique et culturel comme outil de critique immanente de la sphère politique ; en tant qu'outil, il peut être saisi pour la critique, mais il peut également ne pas l'être. C'est pourquoi nous aurons l'occasion de croiser les travaux de Jacques Rancière, mais nous n'y confronterons pas directement ; c'est plus sur le rapport au politique que la présente thèse, en dernière partie, trouvera des affinités avec la pensée de Rancière, que sur le plan de l'esthétique. En outre, bien qu'il s'agisse d'un auteur important, il nous semblait nécessaire d'offrir une place importante à d'autres théoriciens qui ne sont pas encore nécessairement très reconnus en France et qui, bien

que d'une culture fort différente, proposent des questions qui nous apparaissent fondamentales.

Beaucoup de penseurs du XXe siècle en esthétique se sont penchés sur les mécaniques institutionnelles ; Arthur Danto est peut-être l'exemple paradigmatique de cette démarche. Cependant ces auteurs se sont principalement intéressés aux mécaniques institutionnelles du champ des arts plastiques, or ce champ se révèle beaucoup moins inscrit dans l'espace public que le cinéma, moins populaire. Les stratégies discursives sont alors suffisamment différentes pour que nous ne puissions pas établir sereinement notre réflexion à partir de leurs propositions.

Cela ne signifie pas que nous en soyons totalement éloignés, mais nous prendrons d'autres références beaucoup plus proches du cinéma. D'une part, les travaux en économie du cinéma de Laurent Creton et ceux plus précisément de l'exploitation de Claude Forest. D'autre part, parce que le cinéma apparaît comme une économie particulière, suscitant des motivations et des processus discursifs particuliers, nous prendrons comme référence théorique le travail socio-économique de Lucien Karpik portant l'économie des singularités.

Ainsi, du noyau référentiel central que sont les travaux en médiation culturelle, comprenant la double articulation politique / esthétique, nous partirons d'une part dans les pensées esthétiques qui conduisent vers le politique et, d'autre part, nous prendrons les travaux socio-économiques qui permettent de passer du politique à l'esthétique.

Il y a cependant un certain nombre de remarques générales à souligner à propos de ce travail. D'une part, c'est un point de vue local qui porte sur une problématique globale. Aussitôt que l'on travaille sur des problématiques culturelles, il est très difficile de délimiter très précisément les objets problématiques. Il y a, en effet, des effets signifiants qui émergent à travers les réseaux discursifs et intertextuels entre les films, les salles, les critiques, les programmations, etc. Dans pareille situation, nous pourrions aussi bien être tentés de faire une micro-analyse très précise (ce que l'on retrouve dans beaucoup de travaux), ce qui aurait pour avantage de relativement limiter les réseaux, mais qui a comme problème une conclusion très relative, nécessitant un contexte d'une grande précision et sans nécessairement d'ouverture sur d'autres objets. Inversement, la tentation est très grande de ne rester qu'au niveau de la macro-analyse, e/ou faire de l'exégèse de textes esthétique, mais le problème consisterait à oublier ce qu'en termes juridiques l'on appelle les *décrets d'applications*, or, ce sont bien les applications qui sont au centre de nos préoccupations.

Aussitôt que l'on porte notre analyse sur des relations dialectiques, nous sommes dans une approche complexe, où le local et le global s'interpénètrent. Cela rend évidemment la lecture de ce travail très difficile. Le plan a pour but de faciliter la lecture et la compréhension du problème d'ensemble.

Il faut bien comprendre qu'il n'y a pas de rapports de causalité, mais des relations signifiantes entre les éléments que nous analyserons au fil de ce travail. Et si nous nous portons sur la définition de la fonction d'exploitant de cinéma, c'est parce qu'elle est au cœur des complexités et son actuelle anomie est symptomatique de l'équivoque du rapport entre culture et commerce en général et de la pratique cinématographique plus particulièrement. Cela n'empêche pas que, si l'on modifie un terme, l'ensemble des relations signifiantes se modifie.

Le cinéma a d'ailleurs, depuis à peu près ses origines, été l'expression même de l'articulation paradoxale entre art et industrie, culture et capitalisme ; c'est pourquoi nous devons prendre en compte une perspective historique au problème que nous rencontrons. Cela n'en fait pas pour autant une thèse d'histoire. Nous ne compilons pas des événements ; nous recensons un certain nombre de faits que l'on va tenter d'interpréter. Ce recensement permet de décrire le problème, or, comme le dit un proverbe indien : « décrire, c'est comprendre ». « Comprendre » est à saisir sous deux sens : à la fois comme intuition et comme assemblage, « mettre-ensemble ». C'est bien l'association d'éléments qui forme une interprétation possible, et ces éléments ne doivent pas nécessairement *co-incider* temporellement. Cette interprétation n'est donc absolument pas exclusive d'autres hypothèses et recherches. Elle est une prise de position, par rapport à d'autres discours, dépendante de recherches autres que celles effectuées dans le cadre de cette thèse.

J. Développement du plan

Voici donc, dans les grandes lignes, le développement du problème. La problématique métier de l'exploitant implique, comme pour d'autres métiers *d'édition*, une articulation entre logique esthétique et politique. Ces deux logiques sont elles-mêmes des articulations entre le singulier et le collectif, qui sont exprimées par le truisme de la médiation. La problématique spécifique à l'exploitant de cinéma est celle de la diffusion de formes culturelles (qui ont leur

temporalité spécifique) au sein d'un espace qui doit exprimer la logique temporelle de l'institution cinématographique. C'est ainsi qu'il offre au spectateur un *droit de regard*.

Le *droit de regard* met en relation le spectateur et l'œuvre culturelle de telle sorte qu'il y ait une double articulation singulier/collectif : articulation par le rapport aux formes culturelles et articulation par la médiation temporelle que fait l'exploitant. Cela permet au spectateur d'avoir, à travers l'expérience esthétique, une connaissance de son identité individuelle et un aperçu de son appartenance culturelle.

Si notre rapport à la culture – et plus précisément à l'art – consiste à formaliser nos angoisses, celles-ci apparaissent à la fois comme singulières et collectives. Le principe du *droit de regard* est une logique de sublimation esthétique : à la fois sublimation de l'angoisse et expression des acteurs de la sociabilité.

Le *Regard* est contingenté par les conditions de perception propres à une époque donnée. Nous verrons cela notamment à travers la notion d'*aisthesis* développée par Benjamin et sur laquelle insiste beaucoup une de ses exégètes les plus importantes, Susan Buck-Morss. Un certain régime d'art cinématographique et une certaine logique de médiation ont historiquement exprimé les problèmes relatifs à l'*aisthesis* moderne ; cependant, les problématiques *aisthésiques*, à l'heure des NTIC et de la globalisation, sont en transition et le cinéma – que ce soit au niveau des propositions artistiques comme au niveau de ses médiations – peine à les prendre en compte. Il y a, néanmoins, un certain nombre de propositions qui nous semble intéressantes et que nous postulons participer de l'avenir du spectacle cinématographique.

Cependant, l'exploitant est un acteur d'un champ plus vaste qu'est l'institution cinématographique et l'espace public cinématographique. Or, c'est le discours que véhicule ce champ, notamment dans la manière dont il se constitue, qui crée les conditions de possibilités d'une pareille médiation, en donnant une signification aux pratiques cinématographiques. C'est là tout l'objet de la deuxième partie que d'illustrer cela.

C'est notamment en fonction de ce champ que l'exploitant élabore son discours, sa singularité ; c'est également notamment en fonction de ce champ que le spectateur développe ses usages. Par la mécanique dialectique, il est évident qu'il y a réciprocité : c'est en fonction des discours singuliers et des usages singuliers que le champ prend forme et se maintient.

Or, il apparaît que la rationalité institutionnelle oppose deux niveaux économiques du cinéma, apparaissant alors comme deux conceptions antagonistes: l'art versus le divertissement, les multiplexes versus les salles *art & essai*, la salle versus le visionnement

sur d'autres plateformes de diffusion... Dans cette configuration, chaque usage, chaque discours, sont autant de prises de position pour une conception ou l'autre. Il s'en suit que chaque conception développe ses propres critères de légitimation (que ce soit au niveau des usages comme au niveau des exploitants). Les stratégies du CNC ainsi que celles de l'État, lorsqu'elles ne s'engagent pas dans une conception, peinent de plus en plus à maintenir cette économie bicéphale.

Cette situation est l'expression d'une désolidarisation des éléments dialectiques : d'une séparation de l'esthétique et du politique et d'une articulation singulier/collectif qui est moins manifeste. Du coup, la rationalité des discours et des usages s'engage dans une des deux dimensions de l'expérience, ignorant les déterminations de l'autre dimension qui, implicitement, devient la dimension déterminante : par exemple, plus on pense s'engager unilatéralement dans la dimension singulière de l'esthétique, et plus on est engagé dans une rationalité collective voire politique. C'est précisément l'objet de la *valeur pharmakon*. Et nous trouvons des expressions de cette « valeur » aussi bien dans une approche économique, sémiotique que sociologique du champ cinématographique ; chaque approche exprimant à sa manière ce problème.

La médiation filmique, comme toute forme de médiation, implique une forme de délégation et de reconnaissance de *pouvoir esthétique* (par exemple, le film et l'exploitant délèguent du pouvoir au spectateur). À travers ce pouvoir, le spectateur (mais également à un autre niveau l'exploitant, le cinéaste, etc.) exprime son appartenance et la part collective de son identité. Chacun, à son niveau, possède un pouvoir qui lui permette d'articuler son désir et l'appartenance collective.

Cependant, s'il y a désolidarisation entre des éléments dialectiques, l'on remarque que le désir signifié est celui de l'expression du désir par le pouvoir – une forme de confusion entre identité subjective et appartenance -, c'est-à-dire le désir tel qu'il est exprimé par le champ. Pareil type d'expression du désir est appelé *conatus*, et le *pharmakon* représente, dans ces conditions, une forme de signifiant du *conatus*.

Nous comprenons alors que spectateurs et exploitants, ainsi que les interlocuteurs de l'exploitant (municipalité, CNC, distributeurs...) sont engagés dans un rapport problématique au *conatus* et aux valeurs *pharmakon* ; il apparaît dès lors que les diffusions multi-supports et l'importance grandissante des multiplexes sont moins des éléments problématiques que des symptômes des rapports problématiques au *conatus* et aux valeurs *pharmakon*.

En effet, leur succès ne signifie pas un désintérêt pour les formes plus classiques de diffusion de film. Un spectateur de DVD n'est pas un autre spectateur que celui des salles de cinéma, au contraire ; cependant, cela signifie que la rationalité de ce spectateur est plus complexe que celle du spectateur classique de salle. C'est toute la « théorie », la *pratique cinématographique* – c'est-à-dire le discours qui supporte cette rationalité – qui change, ainsi que les objets valorisés et les formes de valorisation.

De même, les multiplexes ne révolutionnent pas tant le cinéma qu'ils insistent sur la valorisation de certains aspects du spectacle cinématographique (au détriment d'autres aspects évidemment). Si ces deux phénomènes sont importants, c'est parce qu'ils ont trouvé une légitimité au sein de l'espace public. Cela signifie que la désolidarisation des éléments dialectiques est compris comme une sorte d'évidence ; qu'elle antérieure à l'apparition de ces symptômes.

Lorsque l'on analyse les conditions d'unification de la profession d'exploitant dans les années 1970 et encore un peu dans les années 1980, l'on remarque que leur fonction est moins définie qu'elle est assise sur un spectateur imaginaire et fantasmé. Il s'agirait d'un spectateur plus ou moins compétent qui va voir des films, quelles que soient les conditions de projection (c'est l'époque des complexes). Les graves chutes d'audience des années 1980 étaient un signe d'alerte que la profession n'a pas saisie et qui, au contraire, s'est désolidarisée.

La situation actuelle (l'économie bicéphale et le double discours de légitimité) n'est que le développement de cette désolidarisation. Le bouc émissaire change – ce n'est plus la télévision, mais maintenant Internet et les multiplexes qui sont les « responsables » de la crise – mais la problématique reste la même. C'est que l'on imagine que l'exploitation n'est qu'un travail de programmation. Or ce n'est pas le cas. L'exploitant véhicule un discours donnant de la visibilité au champ autant qu'il diffuse des formes. En cela, il donne une certaine image de l'institution, des formes qu'il diffuse et à son public. La guerre entre exploitants pour avoir un blockbuster à sa sortie, et, inversement, la très grande spécification de l'offre, sont autant de manière de légitimer une situation que l'exploitant juge pourtant peu pertinente. De même, l'évolution des mesures d'aides du CNC pour les salles *art & essai* apparaissent comme un contrepoids des mesures industrialisantes du plan Lang ; toujours est-il qu'une mesure qui en soit le compromis ne semble pas être à l'ordre du jour.

La problématique devient toujours plus aigüe au fil de l'entrée de nouveaux acteurs dans le champ : groupe de communication, industries spécialisées dans les projections numériques... Et une nouvelle logique industrielle prend forme, englobant l'exploitation :

celle-ci ne serait plus que la vitrine, une forme d'appel d'offre à forte valeur ajoutée pour la promotion et la commercialisation de produits audiovisuels.

Pareil constat pourrait paraître effrayant. Pourtant, lorsqu'on y regarde de plus près, nous remarquons que l'englobement de l'exploitation cinématographique n'est pas en contradiction avec le processus de médiation. Il s'agit d'une interprétation, en termes économiques, de la valeur de l'expérience cinématographique, ce qui signifie que le cinéma est encore une pratique qui a une légitimité. Le problème est que pareille valorisation est uniforme et unilatérale puisqu'elle s'appuie sur un ensemble très réduit de critères.

Aux exploitants donc de relégitimer, de redonner de la visibilité à d'autres critères, à d'autres dimensions de l'expérience cinématographique. Pour le dire autrement, les exploitants peuvent, à leur manière, travailler à la resolidarisation des éléments dialectiques. À leurs niveaux, parce qu'ils ne sont que des acteurs dans un vaste champ. Mais leur positionnement est stratégique : ils sont en relation avec le public.

Il s'agit de voir comment ils perçoivent leur profession, leur problématique métier, les contingences de leur travail. Il apparaît, au fil des entretiens menés auprès de nombre d'entre eux, que la manière dont ils s'engagent dans le *conatus* s'exprime de manière spatiale : on travaille l'identité de la salle à un moment donnée, en concurrence avec des exploitants plus ou moins proches, on singularise la programmation de la salle...Du coup, le spectateur doit développer un certain nombre de compétences pour évaluer si telle salle est pertinente selon ses goûts. À la logique d'interprétation d'un film doit s'ajouter la logique d'évaluation de la salle.

C'est pourquoi la troisième partie de la thèse se présente comme une critique de l'économie politique et symbolique du cinéma. Il s'agira de reprendre les éléments développés dans les deux premières parties, et de montrer le processus historique et dialectique de structuration du marché du cinéma et de l'espace public cinématographique. Il apparaîtra alors que leur organisation posent problème en ce qu'elles consacrent presque exclusivement le film (au détriment de la salle). C'est en pointant les éléments déterminants, et pourtant progressivement occultés, du spectacle cinématographique que l'on pourra, à la fois, pointer l'émergence des problèmes contemporains (et, ainsi, mieux comprendre leur caractère systémique et systématique) et pointer des formes alternatives de définition du cinéma, de médiation.

Beaucoup d'exploitants (souvent associés directement aux municipalités) envisagent autrement leur profession et leur mission : certes, ils sont intégrés dans une logique de

couverture de territoire, mais ils tentent de revaloriser les rituels cinématographiques et d'offrir un ensemble de films le plus hétéroclite possible. Ils interprètent souvent la stratégie des cartes illimitées comme une manière qu'ont les multiplexes d'assurer une visibilité en laissant croire à un grand choix à un moment donné : de fait, les films *art & essai* dits porteurs sont souvent intégrés dans la programmation. Cependant, ils opèrent encore une grande rotation de films ; au contraire, de plus petites salles essaient de ralentir ce rythme de rotation. Ils travaillent précisément la médiation temporelle à travers deux axes : laisser au public le temps de chercher à saisir l'occasion de découvrir plusieurs expressions cinématographiques (reconnaître l'évolution du public); repositionner la salle selon le rythme de vie d'un film (la temporalité institutionnelle se ralentit un peu).

Il s'agira, en fin de thèse, de voir quelles conditions sont requises pour qu'une salle puisse avoir pareille stratégie : il est par exemple manifestement plus simple pour une salle municipale isolée des quartiers nord de Marseille d'avoir pareil positionnement que pour une salle généraliste privée en centre-ville lyonnais.

Autrement dit, la partie I fait une analyse des problématiques de médiation culturelle et vise à voir comment les problématiques esthétiques rejoignent des problématiques symboliques. Ce faisant, nous verrons quelles en sont les expressions contemporaines.

La deuxième partie consiste en une analyse socioéconomique de la structuration de l'espace public cinématographique et du développement du marché.

Et, puisque l'économie et l'esthétique ne sont séparées que pour des raisons institutionnelles, nous veillerons, dans la troisième partie, à articuler ces deux dimensions dans une économie politique et symbolique du cinéma.

PARTIE I :
LE CINÉMA COMME MÉDIATION
AUDIOVISUELLE DE
L'EXPÉRIENCE. LA MÉDIATION
CULTURELLE À L'AUNE DU
FLUX ET DU POSTMODERNE

Introduction :

La culture, l'Art et le spectacle cinématographique

L'objet de notre travail est la définition métier de l'exploitant de cinéma. Le cinéma est une forme d'expression artistique (plus ou moins divertissante) qui prend cadre dans un mode d'exposition particulier : le spectacle cinématographique. Le spectacle cinématographique propose une expérience esthétique particulière et prend tout son sens par son caractère artistique. La médiation artistique est elle-même une modalité particulière de la médiation culturelle.

Aussi, il convient, dans un premier temps de définir les notions de culture, d'Art et de spectacle cinématographique. Nous partirons des problématiques vastes relatives à la notion de culture pour aller, de plus en plus précisément, vers les problématiques spécifiques au spectacle cinématographique. Ce parcours est important parce qu'il relativise l'autonomie du discours et de l'expérience artistique – et, de surcroît, il relativise l'autonomie du discours et de l'expérience cinématographique.

Ces trois échelles, ces trois dimensions, sont constamment engagées – avec leurs problématiques respectives - dès lors qu'il y a médiation cinématographique et expérience cinématographique. Autrement dit, par exemple, aller voir un film, ce n'est pas juste choisir de passer un moment divertissant ; c'est consacrer du temps et son attention à un discours particulier, dans une logique particulière, qui nous engage d'une certaine manière dans la culture et dans l'espace public.

L'on tend souvent à croire en l'autonomie d'une de ces dimensions, ou bien, inversement, l'on tend souvent à mettre en place une conception causaliste qui voudrait que, dès qu'une de ces dimensions change, les autres suivent. C'est notamment le cas dans le discours de certains exploitants qui expliquent la baisse de fréquentation de leurs salles, malgré une programmation de qualité, par un changement de paradigme culturel qui réduirait l'exigence et la qualité de goût des spectateurs. Il n'en est rien : s'il y a changement, il se trouve, au contraire, exprimé dans chacune de ces dimensions. C'est tout l'objet de cette première partie que de rendre compte de cette « interdépendance », de cette relation dialectique complexe

entre qu'il y a entre la culture (à l'heure de la globalisation), l'Art et le spectacle cinématographique ; c'est aussi l'objet de cette première partie que de pointer les actuelles problématiques que rencontrent ces différentes dimensions.

A. La culture

La culture est ce qui solidarise un groupe d'individu : elle englobe les droits, les arts, les traditions, les valeurs, les croyances et les savoirs qui relient les membres d'une communauté donnée entre eux. Elle est le cadre de perception et de compréhension qu'une société se donne à elle-même et à ses sujets. C'est d'ailleurs pourquoi, historiquement en philosophie, elle représentait le contrepoint de la nature : elle est une construction sociale, consubstantielle à l'Homme.

Par exemple, chez Kant, la culture est l'ensemble des idées produites par la raison pratique, la raison pure et le sens commun esthétique, qui, dans leur articulation, expriment la liberté humaine et son émancipation vis-à-vis d'une téléologie de la nature. Plus précisément, le système de la culture n'est pas tant le réseau intertextuel des activités de la raison que la finalité de la Raison. Autrement dit, elle n'est, pour Kant, jamais réellement atteignable ; c'est un point utopique vers lequel la raison tend, c'est un repère utopique qui anime la raison. Et c'est précisément parce qu'il y a, selon le philosophe de Königsberg, un désir qui anime les activités rationnelles – animation qu'il nomme le *transcendental* -, qu'il a développé l'œuvre critique, qui est circonscription et délimitation de ces activités, dont il s'agit de voir, dans un dernier temps leur synergie⁴¹. La culture, chez Kant, est un concept vivant, jamais acquis, animant la pensée sous la forme cognitive, et qui est précisément visé par la pensée morale, dont l'expérience esthétique – comprenant, depuis la troisième critique, aussi bien le cadre de

⁴¹ La dernière critique de Kant a reconfigurer tout le système critique, notamment en accordant une plus grande importance à l'esthétique (en général), alors que dans critique de la raison pure, elle était limité aux conditions de perception et à l'inscription de l'activité rationnelle dans un espace et un temps.

La réarticulation des facultés que propose cette troisième critique qui, elle-même réarticule les relations entre les trois formes d'activités rationnelles, montre qu'il peut y avoir un intérêt lié à des accords contingents avec toutes les facultés d'où l'on ne peut pas chercher une fin de la Nature ; autrement dit, cette troisième critique soude les rapports entre les deux précédentes et offre le cadre d'intuition où l'Homme paraît fini, mais capable de penser l'infini. Et cette intuition a une relation symbolique avec la raison pratique et la raison pure ; elle offre un cadre de compréhension à la pensée pratique, elle relie la finitude radicale avec les exigences pratiques.

perception que les expériences artistiques - offre un cadre intuitif, c'est-à-dire offre des formes appréhendables.

Cependant, Kant est souvent limité au qualificatif « d'idéaliste », parce que son système critique n'apparaît pas comme explicitement inscrit dans une temporalité sociale et un espace public. Il est vrai qu'il est difficile de rapporter les travaux de Kant aux problématiques contemporaines de médiation culturelle, notamment à cause du « transcendantal » qui est, par définition, ce qui est hors espace et hors temps, là où, aujourd'hui, nous pointons des contingences historiques. De même, si Kant insiste sur l'importance de la médiation du sens commun, il n'en donne pas beaucoup d'exemple et tend à laisser croire en une immédiateté de l'expérience esthétique ; du reste, c'est précisément dans cette ambivalence que se sont plongés les romantiques allemands que Benjamin critique dans sa thèse. Nous y reviendrons plus précisément dans les pages ultérieures ; il s'agit, pour l'heure, de cadrer la définition et les problématiques de la notion de culture.

Néanmoins, Kant, dans *Qu'est-ce que les Lumières ?*⁴², définit comme liberté fondamentale celle d'avoir un usage public de la raison – l'usage privé de la raison n'étant pas une nécessité fondamentale –, c'est-à-dire l'usage que l'on fait comme « *savant devant le public qui lit* », autrement dit faire usage des connaissances. Ce que n'exprime pas l'œuvre critique, mais qui apparaît dans ce texte, c'est la nécessité d'une liberté institutionnelle afin que les connaissances puissent circuler et permettant ainsi à l'humanité, dans son ensemble, de s'élever. Il y a donc une problématique politique dans le système de pensée de Kant et nous devons la comprendre à partir du contexte d'écriture de son œuvre. Individuellement, il est difficile de s'élever ; en revanche, qu'un lectorat s'éclaire de lui-même est quelque chose de probable. L'avènement de la Raison se fait en commun, par un effet de communauté culturelle⁴³. Dans la manière dont Kant semble défendre la liberté dans l'usage public de la Raison semble impliquer une séparation entre la communauté de lecteur et l'espace politique. De même, si l'art semble séparé de la Nature chez Kant, et apparaît peut-être comme socialement trop autonome par rapport à notre conception contemporaine, ce n'est pas une erreur de Kant, mais un souci stratégique : il s'agissait de séparer l'art et la culture du

⁴² Kant E., *Idée d'une histoire universelle au point de vue cosmopolitique. Réponse à : qu'est-ce que les Lumières ?*, Paris, Nathan, 1994

⁴³ C'est précisément cette nécessité chez Kant qu'a trouvé Habermas, dont il propose des développements inscrits dans les mécanismes de démocratie délibérative. Cette mise en commun s'inscrit dans une sphère très précise qu'est l'espace public qui est à la fois formelle (institutions, espaces consacrés, etc.) et informelle (médiations, médias, associations, etc.).

Habermas J., *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1988

politique, de séparer l'intérêt esthétique des rapports de pouvoir (c'est aussi pour cela qu'il évoque le désintéressement du beau). Ainsi, la bourgeoisie - dont faisait partie Kant et qui était séparée des sphères de pouvoir - pouvait alors légitimement s'intéresser à l'art et, plus globalement à l'usage de la Raison.

Toute une tradition de pensée se développe alors dans la poursuite des travaux de Kant et qui entrevoit la culture comme contrepoint du politique, comme critique immanente, et comme construisant une relation dialectique avec le pouvoir. La sociabilité signifiée par la culture transcende et exprime alors les logiques de pouvoir qui sont contingentes ; ces dernières cependant, doivent permettre l'inscription d'une pareille possibilité au sein de l'espace public et ce fût, selon Kant, le propre des Lumières que de théoriser pareille possibilité. Cette tradition a été sévèrement critiquée par Marx, qui inscrit la culture dans le même schéma de contingence que la sphère de pouvoir (mais qui, en revanche, maintient le schéma de séparation de la culture avec la Nature). La culture telle que l'entend la tradition postkantienne est le propre de ce que Marx et Engels nomment la « superstructure » ; or, selon ces derniers, celle-ci dépend autant des bases matérielles que la sphère de pouvoir. Ainsi, dans la tradition marxiste, le modèle de la culture s'établit sur trois niveaux :

- l'infrastructure : population, besoins fondamentaux, ressources ;
- la structure : modèles d'organisation (gouvernement, éducation, régulations de la production, etc.) ;
- superstructure : institutions sociales (lois, religions, politique, art, science, tradition, etc.).

L'infrastructure a une influence sur la structure, mais cela est évidemment réciproque. De même, la superstructure offre un cadre de compréhension et d'acceptation de la structure, celle-ci offrant un espace de visibilité et d'expression à la superstructure. L'orthodoxie marxiste considère que les changements sociaux ne sont au bénéfice que des classes dirigeantes et appuie le déterminisme économique déjà présent chez Marx. Autrement dit, les rapports sont plus souvent envisagés sous une logique de causalité qu'à travers une logique dialectique. Un autre courant de lecture, plus porté sur les rapports dialectiques, dont fait partie Walter Benjamin y voyait une possibilité également pour les classes prolétariennes. La question ne se pose pas en ces termes pour nous. Ce que nous voyons très précisément dans cet héritage, c'est la manière dont la culture est progressivement devenue la seule réalité appréhendable et à partir de laquelle on puisse penser et agir, ainsi que la mise en exergue et l'importance de la question de la relation entre la culture et le pouvoir. Ce que nous reprenons

également, c'est l'articulation dialectique entre les trois niveaux – superstructure, structure et infrastructure - composant la culture.

Notre approche s'inscrit dans cet héritage, mais ne saurait reprendre l'ensemble des termes ainsi que l'ensemble des problématiques marxistes. Ceux-ci sont historiquement situés et correspondent à des enjeux distincts des nôtres. La question du rapport de force entre le pouvoir bourgeois et la classe prolétarienne ne sont pas exactement des problématiques actuelles et encore moins propres à notre travail. C'est que le problème propre à l'idéologie, tel qu'il l'a pointé, ne s'inscrivait pas exactement dans le même rapport dialectique que nous ; ainsi, il ne faut simplement séparer ces trois dimensions de la culture, mais les prendre comme complémentaires, en relations signifiantes.

Nous insistons surtout sur le fait qu'il y ait un système commun dans tout ce que l'on vient de déclarer, mais que ce système commun s'est exprimé de manière singulière selon les auteurs et les contextes d'énonciation des théories. Celles-ci ont déterminé des points d'inflexion particuliers, des attentions sur certains aspects de la mécanique, des enjeux de rapport de pouvoir et un vocabulaire différencié. C'est certainement Jacques Rancière qui exprime le mieux la problématique commune à toutes ces théories, dans la formule de « partage du sensible » :

« J'appelle partage du sensible ce système d'évidences sensibles qui donne à voir en même temps l'existence d'un commun et les découpage qui y définissent les places et les parts respectives. Un partage du sensible fixe donc en même temps un commun partagé et des parts exclusives. Cette répartition des parts et des places se fonde sur un partage des espaces, des temps et des formes d'activité qui détermine la manière même dont un commun se prête à participation et dont les uns et les autres ont une part à ce partage »⁴⁴

La culture est ce qui « partage le sensible », c'est-à-dire ce qui offre des conditions de ce que les gens peuvent ou ne peuvent pas faire, voir et ne pas voir, dire et ne pas dire ; c'est aussi ce qui identifie les sujets dans l'espace public, dans un espace de reconnaissance et de qualification des sujets. La médiation culturelle offre les cadres de compréhension de ce partage du sensible et la médiation politique les formalise.

Ne participant pas du même contexte, nous ne pouvons évidemment pas reprendre au mot les différentes propositions que nous verrons à travers Platon, Kant, Benjamin et Cavell ; cela ne fait pas pour autant impasse sur un héritage. Chaque théorie que nous verrons illustre les logiques esthétique et politique de « partage du sensible », et problématisent un angle

⁴⁴ Rancière J., *Le partage du sensible. Esthétique et politique*, Paris, La Fabrique, 2006, p.12

particulier de la question du mode de perception et d'exposition des œuvres d'art. C'est une sorte d'exercice de traduction ; mais si cela comporte le risque de trahison – en italien, il y a quasiment homophonie entre traducteur et traître, respectivement « traduttore » et « traditore ».

Nous postulons que toute forme de médiation culturelle implique les différents aspects que pointent successivement Platon, Kant, Benjamin et Cavell. Et, en corrélat, si nous visons à défendre une démarche réflexive qui considère et intègre ces différents aspects, nous ne devons pas oublier que ceux-ci tendent à être occultés dans la logique de marché de la culture.

Notre démarche reste modeste puisqu'elle s'appuie sur trois modèles qui ont déjà entamé pareil exercice périlleux. Walter Benjamin a réussi à réinscrire Kant, ainsi que Marx, dans les enjeux modernes du développement de la culture dite « de masse », et notre usage de Kant s'inspire très directement de ce procès. De même, Fredric Jameson, philosophe contemporain, qui a relié la philosophie américaine à la philosophie continentale et plus précisément les travaux de l'école de Francfort, réarticule cette dernière (et évidemment Marx) aux expressions culturelles contemporaines. Enfin, nous devons reconnaître l'importance théorique du travail de Jacques Rancière. C'est alors appuyé sur cette conception synthétique et contemporaine (ce qui est loin de signifier « définitive ») de la culture que nous allons envisager différemment les rapports entre infrastructure, structure et superstructure, que nous allons préciser notre problématique et finir de définir ce que signifie « culture ».

L'approche matérialiste permet de voir dans quel cadre se structure la culture. La structuration entre infrastructure, la structure, et la superstructure – qui donne forme à la culture - ne s'opère pas sur une définition simple et unique, mais sur un ensemble de structurations possibles, effacées derrière une structuration « dominante ». La « dominante » n'est pas nécessairement à concevoir comme « hégémonique » au sens gramscien, mais comme en musique, c'est-à-dire comme forme privilégiée, comme forme référentielle pour l'ensemble des autres formes données et qui, ensemble, constituent « l'harmonie », ici le cadre sociétal. La « dominante » sous Kant était évidemment bien différente de celle sous Marx ; nous voyons bien, cependant, que l'un comme l'autre ont entrevu des formes parallèles, des formes subversives qui coexistaient avec la structuration « dominante » (le lectorat pour l'un, la conscience prolétarienne pour l'autre⁴⁵).

⁴⁵ Par souci de rigueur, il convient de pondérer ce propos au sujet de Marx. En effet, il s'agit plutôt d'une réappropriation contemporaine de ses théories, telle qu'on peut la retrouver chez Fredric Jameson. Karl Marx

Il y a donc un schéma « dominant » qui coexiste avec des schémas possibles. L'engagement des dynamiques culturelles se fonde sur la mise en œuvre d'une dialectique entre infrastructure, structure et superstructure qui produit des œuvres et des biens dans toute une économie politique de la culture fondée sur un système de valeurs et sur des logiques de reproduction et de diffusion. L'inefficacité des dynamiques culturelles ou l'absence de leur mise en œuvre conduit à leur disparition. Le système social et institutionnel de la culture se fonde sur des tentatives et sur des œuvres achevées, sur des bifurcations et des déplacements, sur des sélections et des processus de structuration et de restructuration. Si l'un de ces processus n'est plus productif, s'il cesse de permettre une bonne reproduction de l'expression culturelle de la sociabilité, il tend à disparaître. Inversement, tant qu'une configuration culturelle est créatrice d'œuvres et de dynamiques de création et de diffusion, elle perdure comme norme et comme système d'appartenance et d'identité. Ce qu'il ne faut pas oublier dans une pareille approche, c'est l'importance de l'opinion publique, en ce qu'elle produit, dans le phénomène de structuration, à la fois des normes et une forme de conservatisme et d'inertie, des formes de refoulement ou de latence de formes esthétiques non encore exprimables

Pour donner un exemple de la mise en œuvre des dynamiques idéologiques et culturelles dans la création et la diffusion d'œuvres d'art, il suffit de pointer l'iconographie du cinéma des premiers temps, et notamment celui des Lumières, de Méliès et, plus encore, de l'association du *Film d'Art*. À leurs manières, ils reprenaient des formes de cadrage et des thématiques propres à la photographie (pour les Lumières), à la féerie du théâtre du Châtelet (pour Méliès) et des arts institués comme le théâtre et la littérature (pour le *Film d'Art*). Si ces trois « auteurs » ont permis de relativement légitimer le cinéma (puisqu'ils répondaient à une idéologie spécifique), ils n'ont pas perduré – et sont devenus respectivement agréable,

était beaucoup moins optimiste. En effet, cela reviendrait à dire qu'il existe une idéologie du prolétariat ; or, dans le texte, le concept de prolétariat est moins une « classe » particulière, qu'une non-classe, dont la formation précède et doit conduire logiquement à la révolution. Son anomie est précisément ce qui fait qu'elle est dépossédée à la fois matériellement et spirituellement ; mais cela signifie alors qu'elle est dénuée d'illusions – l'idéologie étant une construction d'illusions – et donc peu se considérer comme universelle puisque hors des contingences culturelles et sociales locales. Les événements de 1848-1850 vont contredire ce dernier principe : différentes inscriptions historiques et différents mécanismes économiques conduisent à la fois à l'unité et à la différenciation au sein de cette « classe ». Marx ne s'attaquera jamais frontalement au problème de la conciliation entre la thèse théorique d'une extériorité radicale entre les conditions de production de l'idéologie et la condition prolétarienne, et du constat de leur relation dialectique quotidienne ; cela a conduit à une certaine polysémie du concept d'idéologie, aboutissant à différentes dérives dans les lectures et dans les usages des textes de Marx. Cette question sera posée par Althusser, dans *Idéologie et appareils idéologiques d'État*, – sur lequel nous allons venir – et permettra une application plus sereine du concept d'idéologie.

Nous ne développerons pas ce problème d'exégèse, développé par Étienne Balibar, mais nous postulons que cette question intégrée n'entre pas en contradiction avec le système de pensée marxien.

Balibar E., *La philosophie de Marx*, La découverte, Paris, 2001

difficile à interpréter et insupportablement inesthétique – parce qu’ils n’avaient pas la capacité d’offrir des films qui expriment les problématiques esthétiques et politiques propres au XX^e siècle. Ils n’ont, en effet, pas saisis la logique du « montage », qui était corrélative de l’urbanisation et des changements de perception propre à la vie moderne – vitesse, mouvement, problématique du regard apposé sur les choses ordinaires.

Nous postulons que la « dominante » actuelle transite du politique vers l’esthétique, transite d’un régime de publicité à un régime d’individualité, transite d’une médiation manifestant la sociabilité par des expériences esthétiques collectives vers une logique de lecteur (peut-être moins « réflexive » que dans la théorie kantienne). Cette transition, qui n’est pas totalement manifeste, a plus ou moins été théorisée sous l’appellation de « postmoderne ». Concept dangereux lorsqu’il est pris comme une réalité ; de surcroît, lorsqu’il est pris pour une réalité exclusive, qui remplacerait le « moderne ». Nous serons néanmoins amenés à nous y confronter ; mais, nous la saisirons moins comme une réalité absolue que comme résultat d’un développement socioculturel déterminé, moins comme un état de fait définitif que comme une certaine interprétation des relations dialectiques. Ainsi, le postmoderne ne serait pas un « au-delà du moderne », mais, au contraire, une certaine interprétation (réductrice) du moderne.

Il n’en demeure pas moins que cette transition met à mal tout un pan du cinéma et tout un pan de la politique culturelle (et de la politique de l’esthétique). C’est pourquoi beaucoup d’acteurs culturels luttent contre cette transition. Or, se poser radicalement contre une « dominante », c’est, en termes dialectiques, toujours être en relation avec celle-ci. Le problème n’est pas de savoir si elle est arbitraire ou non, juste ou injuste, le problème est de déterminer pourquoi elle est « dominante », comment chaque acteur (spectateur, en tant que sujet, y compris) participe à son élaboration, à sa reproduction. Quels que soient les « vices » que l’on pourrait lui trouver, la « dominante » a toujours la vertu d’établir un nécessaire cadre de sociabilité ; il s’agit alors, plutôt que de se confronter à elle – et participer de la même logique arbitraire et violente -, négocier ses logiques internes, réinscrire des possibilités de pensées et d’action différentes, une volonté des sujets.

À travers la configuration, la culture exprime trois instances : l’instance sémiotique, l’instance politique et l’instance esthétique de l’identité des sujets⁴⁶. Comme dans l’idéalisme kantien, la culture ne se résume pas à un corpus auquel on se réfère, mais est également une

⁴⁶ Lamizet B., *La médiation culturelle*, op.cit.

utopie, une visée ; en ce sens, les rapports de sociabilité ainsi que l'identité des sujets de sociabilité sont rationalisés par la culture, mais celle-ci est interprétée, exprimée et agie par ses sujets.

Si l'on parle actuellement de postmodernité, il s'agit de comprendre ce que cela signifie : il s'agit du cadre infra-théorique, du cadre « intuitif » dans lequel nous sommes établis. Pour le dire autrement, d'une certaine forme de « partage du sensible », une certaine configuration, une certaine « évidence » des choses et du monde. Ce cadre précis, selon Jameson, est le produit d'un écrasement de la superstructure dans l'infrastructure. Parler de capitalisme cognitif, mais également d'un intérêt des groupes de communication pour les productions de contenus, ce n'est rien d'autre que voir dans les productions de la superstructure des ressources, des éléments de valorisation, - le savoir apparaît dès lors comme matière première -ce qui est le propre de la logique de l'infrastructure⁴⁷. Et Jameson y voit une situation absolument déterminante pour la culture : elle conserve tous ses traits « spiritualistes », puisqu'elle est protégée au sein de l'infrastructure de son autre – la nature. Pour le dire autrement, il s'agit d'une réduction du symbolique au réel. Nous postulons que cette réduction est l'expression d'une forte puissance de refoulement. Ainsi, le « postmoderne » n'est pas un au-delà du moderne, mais une certaine forme de « partage moderne du sensible » qui est caractérisé par un fort refoulement qui représente la méconnaissance et le déni de la distanciation du symbolique. C'est ce que, par ailleurs, le processus que Freud pointe dans le processus d'intériorisation de la culture et des normes par le sujet. Nous aurons l'occasion de revenir plus précisément sur ce point dans notre critique de l'économie politique et symbolique du cinéma.

Suite à cet écrasement, suite à ce déni, la culture ne se définit pas seulement vis-à-vis de la nature, mais également vis-à-vis d'autres cultures. Or, s'il y a écrasement de la superstructure dans l'infrastructure, les deux oppositions s'effacent et un processus de distanciation se produit vis-à-vis de la culture comme objet total⁴⁸. Une partie de la culture apparaît comme « seconde nature » valorisable économiquement comme l'est la nature ; pareille expression de la culture est appelée « totalité » par Jameson (qui reprend ici un important concept de Hegel).

⁴⁷ C'est également sous cet angle que nous considérerons le slogan de Jack Lang – « économie et culture, même combat » - dont le caractère politiquement pragmatique exprime très précisément cet écrasement de la superstructure dans l'infrastructure.

⁴⁸ Jameson F., *La totalité comme complot. Essai sur l'imaginaire paranoïaque contemporain*, Les prairies ordinaires, Paris, 2009

Jameson F., *Le postmoderne, ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, Paris, Éditions de l'École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, 2007

La « totalité », chez Jameson, n'est somme toute rien d'autre que la norme intériorisée, dont les logiques et le processus d'intériorisation sont occultés par une idéologie qui consacre la pleine puissance, la singularité et l'autonomie de l'individu. Dans une situation pareille, la culture n'apparaît plus spontanément comme un tiers qui médiatise notre rapport à la Nature – ou, dans une acception plus contemporaine, le réel, ce qui signifie la même chose que la Nature pour les Modernes -, mais devient lui-même en partie ce réel inidentifiable, objet à valoriser tout en étant tiers de la valorisation.

Cette problématique du « dédoublement de la culture » (si l'on peut parler en ces termes) a déjà été esquissée par Walter Benjamin. Dans ses travaux sur Baudelaire, dans son *Livre des Passages*, ainsi que dans ses réflexions sur les industries culturelles, il remonte à la source – à l'*Ur*-forme, à la forme originelle – de l'opacification de la culture, de la distanciation du sujet vis-à-vis de lui-même, des modifications des conditions d'expérience, et du rapport entre politique et esthétique. En effet, le produit de la modernisation du XIXe siècle conduit à une tension chez le sujet qui est tiraillé entre les illusions fascisantes de « totalité » et sa condition d'élément fragmentaire dans un environnement total invivable ; le rêve autotélique de la modernité conduit non pas à un sujet transcendantal, mais à un sujet appauvri de sens, inscrit dans des paysages urbains et avec des pratiques sociales parallèles aux altérations de la psyché propres de la vie moderne. La sphère technique s'inscrit à ce point dans l'imaginaire social, qu'une fantasmagorie techno-esthétique, s'ancrant dans le narcissisme, tend à se substituer à l'expérience et transforme la réalité en une sphère narcotique.

Les travaux de Jameson ne sont finalement que le prolongement de remarques faites par Benjamin, une sorte de développement des remarques du philosophe allemand. Ce qu'il entend par postmoderne peut tout à fait être entendu comme le prolongement des problématiques modernes esquissées par Benjamin.

La culture est donc représentation des conditions de sociabilité, cadre interprétatif du réel – élaborant dès lors ce que l'on appelle la réalité - dont il élabore des valeurs (matérielles, spirituelles, juridique, morale, etc.). C'est pourquoi la superstructure est en partie conditionnée par l'infrastructure. Il n'en demeure pas moins qu'elle a une efficacité qui lui est propre. En effet, une culture, sous le prisme du matérialisme althussérien, se caractérise par

ses modes de productions ainsi que par la reproduction de ses modes de production⁴⁹. Ce qui est au cœur de cette reproduction, selon Althusser, c'est *l'idéologie*.

Si l'idéologie, chez Marx semble apparaître comme un pâle reflet de l'infrastructure au sein de la superstructure, dans le texte d'Althusser, elle prend une valeur considérable : elle est comparable à l'inconscient freudien, en ce sens où elle est « *une représentation du rapport imaginaire des individus à leurs conditions réelles d'existence* ». Autrement dit, *l'idéologie* est un processus de l'ordre de l'imaginaire.

Elle s'établit logiquement sur un fonctionnement doublement spéculaire : le sujet se reconnaît par son lien à l'objet imaginaire et s'inscrit alors dans un réseau de sociabilité, dans le même mouvement, ce réseau participe alors à la construction et à la reproduction de cet objet imaginaire. C'est ce que l'on nomme la *relation symbolique*. La culture existe en tant qu'ensemble de représentations imaginaires conduisant à des *relations symboliques*.

L'idéologie se matérialise dans ce qu'Althusser nomme les *appareils*. Mais nous pourrions tout à fait voir cela à travers les médiations culturelles et les faits culturels, tels qu'ils sont définis par Bernard Lamizet. En effet, la médiation culturelle

« *constitue les formes culturelles d'appartenance et de sociabilité en leur donnant un langage et en leur donnant les formes et les usages par lesquels les acteurs de la sociabilité s'approprient les objets constitutifs de la culture qui fonde symboliquement les structures politiques et institutionnelles du contrat social* »⁵⁰.

Le fait culturel constitue la dimension symbolique de l'Histoire en attribuant aux événements et aux situations sociales « *une dimension interprétable, dotée d'une signification et d'un esthétique, dotée d'une forme que l'on peut percevoir et apprécier* »⁵¹. D'une part, nous voyons le processus d'intégration et les appareillages nécessaires, d'autre part, nous voyons un exemple d'objet imaginaire.

L'idéologie a besoin de l'illusion de la liberté du sujet. Ce qui importe dès lors n'est pas tant l'analyse des idées en tant que telle, mais l'étude des pratiques, des rituels et des appareils qui, passant par le sujet, propagent ces idées. Ces idées, inconsciemment transmises, apparaissent comme des évidences pour le sujet qui fait corps avec elles. En un sens, cette analyse d'Althusser rejoint l'étude des *habitus* de Bourdieu⁵².

⁴⁹ Althusser L., « Idéologie et Appareil idéologique d'État », in. *Positions (1964-1975)*, Paris, Les éditions sociales, 1976

⁵⁰ Lamizet B., op.cit., p.9

⁵¹ ibid., p.20

⁵² Bourdieu P., *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Éd. De Minuit, 1979

Nous serons donc amenés à suivre les propos de Bourdieu, dans le cadre d'une critique de l'idéologie dominante. Néanmoins, à l'image de Jacques Rancière – et, à moindre mesure, à l'image de Fredric Jameson –, nous ne pouvons pas totalement adhérer à leurs propos. En effet, si ils critiquent les mécaniques idéologiques, la position qu'ils prennent dans l'ordre du discours, en se positionnant comme sujets supposés savoir, en se positionnant comme sujets qui savent et qui visent à éduquer le sens commun, non seulement n'est pas alternative aux processus de domination, mais, en outre, y participent en ne reconnaissant pas les possibilités d'action et de pensée alternatives à la norme de la part des sujets du sens commun. De plus, ce faisant, ils ne reconnaissent pas l'importance – la vertu – de la sociabilité. Inutile, par ailleurs, de passer par une analyse approfondie des résultats et des conclusions que Bourdieu propose, tant ils occultent précisément les éléments qui montrent que, malgré un réel effet de domination, il existe de perspectives alternatives. C'est pourquoi, en dernier lieu, nous devons dépasser les problèmes qu'ils pointent en nous rangeant plutôt en faveur de Rancière et de Cavell. Peut-être plus encore de Cavell que de Rancière, parce que Cavell ne pose pas nécessairement une égalité politique de principe, mais, avant tout, une compréhension du monde à chercher. Malgré qu'il soit un philosophe de la morale, Cavell reste moins « moraliste », dans le sens où il pense moins en termes catégoriels, que Rancière.

Pour résumer, la Culture est un réseau intertextuel exprimant la sociabilité et se positionnant comme cadre référentiel pour les sujets de la sociabilité. Elle est également actualisation de la sociabilité en offrant des cadres expérientiels aux sujets.

Nous insistons sur ce deuxième point, parce qu'il semble régulièrement oublié, notamment par les « sociologues de la réception ». Or, oublier que la culture s'actualise dans les cadres de sociabilité, c'est tendre à croire que le sujet peut s'accaparer la culture à partir du moment où il est possesseur et maître des « textes » de la culture ; c'est, finalement, participer de la méconnaissance de la distanciation du symbolique et donc de l'idéologie dominante.

Nous insistons, d'autre part, sur ce deuxième point parce que, précisément, c'est son occultation que nous présumons être le moteur d'une valorisation du cinéma principalement déterminée par une valorisation des films, versus la valorisation de l'expérience en salle. Cela se manifeste, par exemple, dans le glissement de la notion de « cinéphile » qui a d'abord été défini à une époque où les salles avaient l'exclusivité de la diffusion de film, et qui n'a pas été redéfinie depuis ; ce qui revient à laisser croire que le « cinéphile » est celui qui connaît beaucoup de films. Nous rejoignons alors le problème précédent... Nous aurons régulièrement l'occasion de revenir sur ce point.

La culture est un concept mouvant, fluctuant, puisqu'il comprend aussi bien un ensemble de pratiques, qu'un ensemble de discours et n'existe qu'aussi longtemps qu'elle est reproduite par les sujets de la sociabilité. Elle est un ensemble de données imaginaires qui s'enracinent, prennent formes et une réalité par les relations symboliques qu'elles impliquent. La culture est donc un corpus de données imaginaires ainsi qu'un ensemble de relations symboliques. Tout cela constitue la réalité dans laquelle vivent et pensent les sujets. Si cette réalité apparaît comme totale pour les sujets de la sociabilité, elle n'est pas pour autant universelle : elle se définit notamment dans la relation à l'autre, qui ne s'inscrit pas dans cette réalité, mais qui est concrètement présent. C'est précisément cette problématique qui est l'objet des études de l'interculturalité, de la pluriculturalité.

Cette réalité est un ensemble de constructions de significations et de valorisations d'éléments du réel. Cette construction s'établit sur différents registres, différentes échelles. L'infrastructure est précisément le point de repère d'éléments du réel qu'il faut traiter, valoriser, signifier. La superstructure est le cadre de ces significations. Il est logique que ces deux registres entretiennent une relation dialectique. La structure est le cadre d'organisation de cette relation dialectique. Si ces trois registres sont distingués, c'est notamment parce qu'ils ont une relative autonomie, conduisant à un effet d'inertie et aboutissant à une perte de visibilité d'ensemble.

Cette réalité est réalisée parce qu'elle se définit par rapport à l'altérité, par rapport au réel qu'elle valorise et apparaît comme une « évidence » pour les sujets de sociabilité. Cependant, parce qu'elle est dépendante d'une mécanique de reproduction, d'interprétation et d'expression, il n'y a pas une logique culturelle, mais plusieurs logiques qui coexistent sous la bannière d'une logique qui apparaît comme « dominante » (mais pas nécessairement hégémonique). La question est alors de comprendre comment se canalise la reproduction culturelle, comment les remarques d'Althusser prennent formes dans l'espace culturel : ceci est le propre de la médiation culturelle.

B. L'Art

Si la plupart des auteurs marxistes mentionnés analysent des rapports de force entre classes sociales, c'est, d'une part, parce qu'ils s'inscrivent dans des contextes différents du nôtre et, d'autre part, parce qu'il analysent des rapports explicitement politiques alors que notre travail s'inscrit dans une dimension beaucoup plus opaque qui est celle des expressions artistiques. Autrement dit, nous devons définir avec plus de précision sur quel type de médiation culturelle nous travaillons. Jean Caune a souvent souligné qu'il ne faut pas confondre *médiation culturelle esthétique* et *médiation culturelle artistique*.

La médiation culturelle esthétique pose la question du savoir et de la perception de phénomènes en général ; par commodité, nous qualifierons cette définition générale de l'esthétique *aisthesis*, c'est-à-dire médiations des phénomènes et événements inscrits dans l'espace public et privé. L'Art a une autonomie relative par rapport à ces problématiques : la médiation culturelle artistique s'inscrit dans un cadre différencié, impliquant une esthétique – c'est-à-dire ici un mode de perception, une *aisthesis* – particulière. L'Art est en relation dialectique avec la Culture : il est une sorte d'altérité au sein de la Culture et apparaît comme potentiel outil de critique immanente. Mais, puisque l'Art est en relation dialectique avec la culture, il a également un certain nombre de normes et de règles : néanmoins, ceux-ci ne sont pas aussi clairement identifiables que ceux de *l'aisthesis*. Nous voyons dès lors bien à quel point médiation culturelle esthétique et médiation culturelle artistique sont liées, interdépendantes, mais toujours avec une relative autonomie ; c'est précisément l'ensemble de ces acceptions qui compose l'esthétique au sens moderne du terme, dont le geste fondateur est celui de la critique kantienne⁵³. Rancière, à sa manière, les distingue en évoquant la différence entre *mode de perception* et *régime d'art*. Le discours artistique s'inscrit dans un *régime d'art* particulier, mais il peut être interprété par différents *modes de perception*. C'est, au final, l'articulation des régimes d'art aux modes d'interprétation, de l'articulation de *l'aisthesis* et de l'artistique qui constitue l'articulation du réel (lui-même articulé par la relation sujet /

⁵³ En effet, si dans la première critique, l'esthétique se résume à une *aisthesis* en-deçà de la culture, la critique de la faculté de juger non seulement l'inscrit dans la Kultur, mais introduit également la question du jugement de goût. Si Kant ne pose pas la question (contemporaine) de l'art comme champ institutionnel, sa prise en compte globale de l'esthétique et son inscription dans la Kultur pose déjà les pierres fondatrices des problématiques institutionnelles. En effet, l'esthétique, chez Kant, est reliée à la morale comme condition de l'être-ensemble ; elle inscrit la subjectivité dans une perspective de l'histoire, de l'actualité et des événements qui lui deviennent compréhensibles par la médiation de l'esthétique. C'est ainsi que sont reliés politique et esthétique. La question institutionnelle va apporter une dimension réflexive supplémentaire et non contradictoire.

matérialité du signifiant), du symbolique (lui-même articulé par la relation au signifié et à l'interprétation) et de l'imaginaire ((la relation de sublimation à l'idéal de soi). Les frontières entre ces deux types de médiations sont difficilement perceptibles et sans cesse mouvantes.

Benjamin a eu ce geste théorique fondamental de tourner le dos aux conceptions modernes antérieures de l'esthétique qui, finalement, étaient bien plus proches de la question de l'art – la question étant alors le lien entre culture et perception, affinement des perceptions – pour rappeler la difficulté même de percevoir. L'esthétique, reliée au politique, chez Benjamin, est une question *d'aisthisis* : avant même de parler d'éducation à l'art, il faut déjà restaurer la *perceptibilité*. Et si le cinéma est si important à ses yeux, c'est parce que, avant d'être un art, il est un dispositif d'estimation de nos capacités perceptives, un pur miroir pragmatique des rêves d'observations décentrées et rationnelles du monde propres à la modernité. La question de la médiation, chez Benjamin, prend ainsi inmanquablement le tournant de la nécessité d'interroger *l'aisthisis* bien avant l'artistique⁵⁴ : la relecture que Benjamin fait de Kant, avec une sensibilité Marxiste, consiste à rappeler l'importance de *l'aisthesis*, là où les Romantiques l'occultaient, dans leur héritage de Kant, au profit de l'artistique.

Nous voyons dès lors qu'il y a plusieurs manières d'entrevoir la médiation et que l'on retrouve notamment dans les politiques culturelles successives de l'État : l'action culturelle, l'animation culturelle et la médiation culturelle. Ces trois manières d'entrevoir la médiation sont autant d'étapes où le problème s'est spécifié et où la définition de la médiation s'est précisée⁵⁵. Ces difficultés qu'a rencontrés l'État est symptomatique de la difficulté à saisir la complexité de la médiation culturelle ainsi que des difficultés à saisir les effets de la modernisation sur la culture.

L'action culturelle – entreprise par le Front Populaire, puis reprise, après-guerre, de manière systématique par Malraux - s'est soldée par un relatif échec. Cela précisément à cause d'une confusion entre Art et culture. En effet, notamment pour Malraux, si les salles *art & essai* et les *Maisons de la Jeunesse et de la Culture* existent encore aujourd'hui (ce qui est plutôt positif), ces établissements se consacrent essentiellement à la diffusion de la culture

⁵⁴ Nous verrons dans la deuxième partie que, contrairement aux remarques de Benjamin, le champ s'est structuré autour des conceptions dix-neuviémistes de l'art. Le champ a ainsi fait l'impasse sur sa spécificité, ce qui s'est avéré particulièrement problématique lors de l'émergence d'autres formes audiovisuelles.

⁵⁵ Caune J., *La culture en action. De Vilar à Lang, le sens perdu*, PUG, réédition 1999.

académique et ne rencontrent pas nécessairement le public populaire. C'est que le rapport à l'art implique un mode de regard assez spécifique, et la disponibilité des œuvres ne suffisent pas nécessairement à ce qu'il y ait expérience, ni même envie, « demande », volonté d'avoir une expérience de la part du public. L'écueil de l'action culturelle a consisté à croire au caractère d'immédiateté du rapport à l'objet d'art ; la confusion entre Art et culture consiste ici en ceci que l'art n'a pas la même « évidence » que la plupart des objets culturels (puisque l'on est moins acculturé à cette forme spécifique).

C'est également un point sur lequel l'on peut critiquer Kant et dont la formalisation tripartite de Marx et Engels – infrastructure, structure, superstructure – semble être une précision de ce problème. Il n'en demeure pas moins que toute réflexion sur la culture doit cependant en passer par une réflexion sur l'Art. Le domaine de l'artistique est un problème d'institution. Or, le rapport de l'Art à ses institutions est doublement problématique pour le sujet : d'une part, les mécaniques d'institutionnalisation impliquent une violence symbolique qui, précisément, sépare le sujet du champ de l'Art⁵⁶ ; d'autre part, le champ de l'Art est dans une dynamique nouvelle où l'œuvre a perdu son aura et que la question primordiale apparaît désormais comme celle de la proximité de l'objet au sujet⁵⁷.

Il n'en demeure pas moins – et il est tout aussi important de le pointer que de faire la critique de l'action culturelle – que ces actions ont aussi permis le développement de diffusion et d'éducation artistique absolument déterminants. D'une part, cela a permis une grande

⁵⁶ Sur ce point, les travaux de Pierre Bourdieu insistent régulièrement sur l'illusion d'un rapport immédiat du sujet à l'œuvre, en rappelant, à travers les concepts *d'habitus*, *d'illusio*, qu'un ensemble de facteurs exogènes et déterminants motivent implicitement la production et la « réception » d'une œuvre et apparaissent comme la vraie problématique liée aux œuvres dont la relation immédiate n'est qu'un pré-texte illusoire. Ses travaux ont souvent été mal compris : si l'objectif de Bourdieu était d'inciter une posture réflexive, bien souvent elles ont engendré une reproduction du principe dialectique qu'il critique (au sens kantien) mais dans la logique opposée. Du coup, par exemple, beaucoup de théories de la réception par exemple, transfère la question de *l'illusio* au spectateur – en évoquant notamment les communautés de lectures –.

⁵⁷ Nous retrouvons cette question évidemment dans le travail théorique de Walter Benjamin. Il s'agit très certainement du premier penseur moderne à interroger de manière aussi précise la question de la médiation (sans pour autant la nommer). En effet, à travers ses analyses de la photographie, du cinéma, mais également de la traduction et du langage, il a posé un certain nombre de problèmes liés aux effets d'écart et de hasard dans nos relations aux œuvres et aux objets en général. Une œuvre ne s'inscrit jamais dans un cadre qui lui préexiste et implique alors un processus relationnel singulier. Que cela soit dans l'inspiration du créateur, dans la manière de la formaliser ou dans celle de la recevoir et de la traduire, il y a un certain nombre d'effets du hasard sur lesquels on insiste parfois plus ou moins. Il apparaît que le propre de la médiation consiste précisément à révéler ces différents écarts et à les intégrer dans la réflexion.

Au niveau pratique, nous voyons également des expressions de cette problématique de la proximité à travers un certain nombre d'œuvres. Duchamp apparaît évidemment comme l'exemple paradigmatique de ce mouvement d'expression artistique problématisant ce point et l'art contemporain semble être sa filiation.

Nous verrons surtout que le cinéma est l'expression la plus significative de ce problème, et cela se manifestera aussi bien au niveau même de la structure et du dispositif du spectacle cinématographique (dispositif de reproduction de signes indiciels qui apparaissent également comme iconiques) qu'au niveau de la structuration de son marché (à la fois art et industrie).

couverture du territoire de la part des salles de cinéma. De plus, malgré nos critiques, cela n'a pas empêché un certain nombre de spectateurs d'être sensibilisés à l'art et aux problématiques sociales et culturelles. Enfin, un mouvement d'éducation populaire (que nous défendons), qui procède d'une réinterprétation de l'action culturelle, a émergé ; le principe est de reconnaître à chacun la volonté et la capacité de se développer à chaque âge de la vie, en faisant une médiation à la fois sur la culture légitime et sur la culture populaire. Nous reviendrons néanmoins, de manière plus circonstanciée sur ce point à la fin de la thèse ; l'objet est ici à la fois de critiquer et de reconnaître les entreprises de politique culturelle.

L'animation culturelle – consciente de cette brèche - incite quant à elle à contextualiser l'oeuvre, à engendrer une mécanique de réappropriation. S'il est apparu comme bénéfique qu'une logique d'action soit à l'oeuvre dans le rapport du sujet à l'objet culturel, la logique de l'animation ne s'est pas révélée la plus opératoire. D'une part, parce que le cadre référentiel restait toujours les institutions, notamment l'école, ce qui soumet l'individu à des normes autres que celles de l'expérience artistique en tant que telle et donc empêche une entière réappropriation de l'oeuvre. En quelque sorte, l'esthétique se résume alors à *l'aisthesis*. D'autre part, dans le prolongement du premier point, pareille pratique consacre surtout le point de vue au détriment du regard. C'est-à-dire qu'il permet de développer un esprit critique, qui s'établit dans la rationalité de l'esthétique (au sens de Caune, c'est-à-dire ce que nous appelons *aisthesis*) ; mais il ne permet pas une reconstruction personnelle du rapport au monde.

Le passage de l'animation culturelle à la médiation culturelle s'opère sur un décentrement : on passe d'une logique qui a pour valeur la culture et qui se concentre sur l'objet à animer, à une logique qui prend en compte le regard du sujet. Ce qui signifie que l'on consacre moins l'objet que la procédure, c'est-à-dire à la relation à l'objet. Ce qui est à évaluer dans une médiation culturelle est l'accès à l'oeuvre, mais surtout, l'autonomisation du spectateur, sa possibilité d'avoir des expériences esthétiques futures. C'est moins l'objet, comme *ek-stase*, qui est l'objet de la médiation que le système de jugement permettant d'inscrire cet objet singulier dans l'expérience du sujet.

C'est à ce titre que l'on peut déjà proposer une première précision sur la notion d'éducation populaire. Il s'agit moins d'imposer une « discipline » du regard et/ou de déléguer un « savoir » que d'inciter les spectateurs à être attentifs, à s'engager dans l'expérience esthétique. À ce titre, nous rejoignons la défense que Rancière fait du « maître ignorant » : il s'agit de Joseph Jacotot, éducateur émancipateur du XIXe siècle qu'évoquaient de nombreux textes d'ouvriers ; sa conception de la pédagogie est moins une éducation (amener de la

connaissance) qu'une recherche de mise en place de conditions de possibilité de pensée et d'action⁵⁸. La position de « maître ignorant », dans l'ordre du discours, serait moins la consécration de la position du maître en tant que dépositaire du savoir, que la fonction « d'être cause du savoir de l'autre », même s'il n'a pas de savoir. Le rapport n'est cependant pas causal, mais dialectique : c'est là toute l'intelligence de Rancière de rappeler la négociation entre le « maître ignorant » et les sujets, que le « maître » n'est qu'un moteur et que la réussite dépend également de la volonté de la part des sujets. Ce type de conception est particulièrement important d'être refondé aujourd'hui en ceci que le propos semble assez proche de la conception des NTIC telle que développée par un Pierre Lévy ; mais il demeure une différence particulièrement importante : le principe de Jacotot défendu par Rancière implique la présence du « maître ignorant », ainsi que sa capacité à demeurer intraitable, exigeant – ce qui est la seule manière de maintenir le principe d'égalité des participations à l'intelligence -, là où les dispositifs défendus par Pierre Lévy sous-entendent cette « égalité » sans les manifester. Le lien est d'ailleurs assez manifeste entre la conception pédagogique et intellectuelle de Jacotot et l'éthique de la psychanalyse telle que défendue par Freud ; c'est d'ailleurs à ce titre, et pour les mêmes conceptions a priori que nous serons amenés – à la suite de Jean-Joseph Goux – à relier notre problématique aux théories Freudiennes.

L'expérience esthétique est donc au centre des problèmes de médiation. Elle est sans cesse réinventée par l'horizon d'attente de l'œuvre, l'horizon d'attente du processus et celui du public. La question est alors comment l'œuvre agit sur le public ? C'est-à-dire, comment un objet culturel, inscrit dans une rationalité institutionnelle, permet de problématiser indirectement *l'aïsthésis* ? De même, la sociabilité est – nous le comprenons – également engagée dans cette problématique.

Platon évoquait déjà ce problème dans le dialogue du *Phèdre*, lorsqu'il problématisait le rapport entre l'oral et l'écrit : dans la relation orale, il y a une coprésence des sujets, permettant ainsi constamment de se référer à ce qui est dit ; inversement, le texte ne saurait se contextualiser. L'on a tôt fait de conclure que Platon rejetait le dispositif technique d'écriture (bien qu'il ait lui-même écrit) et, ainsi, la philosophie, dans son héritage, s'établissait alors dans un déni de la *tekhnè* et comme rapport critique à la technique. Le propos de Platon n'est évidemment pas aussi manichéen et la lecture qu'en propose Jacques Derrida permet même de voir toute l'actualité de la proposition du *Phèdre* : il s'agit moins d'un problème d'essence,

⁵⁸ Rancière J., *Le maître ignorant, cinq leçons sur l'émancipation intellectuelle*, Paris, Fayard, 1987

que d'un problème de *praxis* ; la *tekhnè* n'est ni bonne ni mauvaise en soi, mais elle peut impliquer des usages bénéfiques ou pervers. À travers le repérage d'un concept central de ce dialogue, le *pharmakon*, Derrida rend compte de toute la dimension moderne de la pensée platonicienne qui a su poser le problème critique des médiations dans l'articulation de l'un au multiple⁵⁹.

Pour résumer, la médiation culturelle implique une réflexion sur la culture, une posture réflexive et une pratique de reproduction de la culture. Il s'agit, dans le cadre réflexif, de distinguer – sans séparer – la dimension de *l'aisthesis* et la dimension artistique. L'expérience de la médiation implique une expérience esthétique et une expérience artistique : la seconde se consacre au problème de perception et de catégorisation de l'objet qualifié d'artistique, tandis que la première interroge l'immersion du sujet dans la réalité (définie par la culture). L'Art, en ce sens, exprime et reproduit d'une manière singulière *l'aisthesis*, les logiques esthétique d'une culture donnée ; juger une œuvre d'art consiste en la reconnaissance de sa singularité, mais également dans la suture que l'on fait avec la logique esthétique. L'un avec l'autre contribuent à trois objectifs :

- la connaissance de soi ;
- l'appréhension de l'intersubjectivité ;
- l'introduction de normes de comportements⁶⁰.

Pour le dire autrement, il s'agit d'articuler :

- la relation sujet / matérialité du signifiant ;
- la relation interprétation / signifié ;
- La relation à l'idéal de soi.

Au final, il apparaît que les erreurs des deux premières approches de politique culturelle consistaient dans l'impasse d'un de ces objectifs – considéré alors comme un acquis – et donc sur toute une partie de la problématique. L'action culturelle postulait que les normes de comportement étaient acquises et l'animation culturelle postulait une bonne connaissance de soi. La médiation culturelle, quant à elle, postule que les relations intersubjectives, ainsi que l'appréhension du modèle d'organisation du temps et de l'espace social n'ont rien d'évident pour le sujet. Il s'agit à la fois de construire l'identité du sujet et de révéler le modèle

⁵⁹ Derrida J., *La pharmacie de Platon*, op.cit.. Nous aurons l'occasion de revenir plus en profondeur sur ce texte, dont on va se référer explicitement lorsque nous verrons les procédures de médiations cinématographiques.

⁶⁰ Caune J., *La médiation culturelle, construction du lien social*, op.cit.

d'organisation, par la médiation d'un objet, lequel ne s'inscrit pas directement dans ce modèle. Il s'agit donc, à la fois, d'établir une relation à un objet singulier et d'en rendre compte dans l'espace public ; il s'agit, en quelque sorte, de le saisir comme une transfiguration de l'esthétique⁶¹, une sorte de traduction de l'esthétique dont on doit en retour nous-mêmes refaire une traduction pour l'insérer dans *l'aisthesis*. Ce travail de traduction – qui peut être également « traîtrise », c'est-à-dire qui peut conduire à des errements de signification – permet de prendre distance vis-à-vis de la réalité (de *l'aisthesis*) et de la comprendre, mais elle permet également d'agir au sein de la culture.

Cette approche, hautement réflexive, n'a rien d'une évidence. Elle s'est révélée et précisée au fil des théories, mais aussi des essais des différentes politiques culturelles. La thématique de la médiation culturelle est apparue depuis la rupture de Jack Lang, avec la visée de la démocratisation culturelle. La notion de médiation est apparue quelques années avant, avec l'institution de la fonction de médiateur de la république : cette fonction est symptôme d'une crise où l'administration a perdu son rapport avec le public. Cela ne signifie pas tant une situation d'échec qu'au contraire la prise en compte d'une nécessaire dimension réflexive, notamment une importance accrue pour l'acte d'énonciation et pour l'interprétation. Il n'en demeure pas moins que, par les effets d'inertie générés par les trois instances de la culture, la médiation n'est pas encore une pratique totalement intégrée et clairement définie et l'on retrouve encore une cohabitation de pratiques de médiation différentes.

⁶¹ C'est à travers ce principe de transfiguration que Danto analyse le Pop Art, et l'Art Moderne et contemporain en général. La transfiguration consiste moins à créer un objet qu'à révéler un deuxième niveau sémantique de (et par) l'objet. L'objet est support de multiples significations qu'il s'agit de repérer et de distinguer. Si cette démarche impliquait chez les Modernes un jeu d'appropriation de l'objet, la dimension postmoderne - posthistorique dirait Danto qui est un néo-hegelien – n'y trouve même plus une condition sine qua non : il suffit de donner à voir.

Ainsi, sous le couvert de l'imaginaire, nous devons entretenir une relation symbolique – donc idéologique au sens Althusserien – et la transfiguration s'intéresse moins à l'imaginaire (qui est pré-texte) qu'au lien symbolique, qui est fortement politique.

Danto A., *La transfiguration du banal*, Paris, Seuil, 1981

Le titre original de cette œuvre est *transfiguration of the commonplace*. Lorsque l'on rejoint ce texte à ceux de Cavell et de Jameson, nous voyons à quel point la pensée américaine problématise énormément la notion de Commun, de common. Le common sense, le commonplace, n'ont aucune réalité substantielle dans ces théories, mais n'existent que par leur propre puissance affirmative. Elles recèlent justement d'une *unheimlichkeit*, une non-ordinarité, un caractère étrange aussitôt que l'on se confronte à elles. Il est d'ailleurs à noter à quel point la notion freudienne d'inquiétante étrangeté a eu une forte résonance dans la pensée outre-atlantique : soit en étant intégrée, soit en étant reniée totalement (notamment par les approches dites analytiques).

Notre approche de la médiation culturelle qui, pour mémoire, s'inspire directement des travaux de Bernard Lamizet et de Jean Caune, trouve un écho dans ces textes. En effet, si la fonction de la médiation culturelle consiste à orienter la perception individuelle, à organiser les comportements et à donner un sens aux expressions subjectives et collectives en les mettant dans un espace et un temps commun, le problème est bien de déterminer sur quels principes peut-on envisager la « communauté ». Tout le problème consiste en ce que cette « communauté » n'existe que par des effets performatifs.

Il est également significatif que l'émergence de la notion de médiation apparaisse à peu près au même moment où l'on commence à parler de postmodernité, ainsi qu'au même moment où Derrida réactualise le texte de Platon et que les politiques culturelles tendent à changer de paradigme. C'est dire que le caractère « d'évidence » de la relation du sujet à la culture s'inscrivait dans une logique dialectique avec le politique qui n'a désormais plus lieu. En effet, lorsque l'on se porte sur la médiation culturelle dans la Cité, mais également lorsque l'on voit comment Kant articule (indirectement) politique et esthétique, nous pouvons témoigner de tout l'écart que l'on a actuellement vis-à-vis de ces structures socioculturelles : elles se déployaient dans une logique d'articulation de la mémoire du sujet avec l'histoire de l'espace social. Cette articulation s'est révélée particulièrement problématique au fil des politiques culturelles ; de même, la solidarisation des logiques de marché avec celle des pratiques et productions culturelles a considérablement réduit la dimension problématique de l'inscription de la relation esthétique dans une temporalité socioculturelle. Bernard Lamizet a déjà évoqué les changements paradigmatiques d'institutionnalisation de la médiation culturelle :

- l'Antiquité faisait converger les faits politique, religieux et culturel au sein des représentations ;
- Les temps modernes, marqués par une laïcisation des États, consolident l'articulation de la culture et du politique au détriment du fait religieux. La culture exprime alors la souveraineté de celui qui la met en œuvre et la sociabilité engendrée par la médiation culturelle est déterminée par l'exercice politique d'un pouvoir ;
- La troisième période est celle de l'émergence d'un marché de la culture, qui exprime les articulations entre l'économie, le social et le politique. Parce que la culture devient une activité économique, un certain nombre de phénomènes apparaissent : émergence du vedettariat, ambitions artistiques structurées par le marché, etc. ;
- La dernière période, émergeant dans les années 1930 et dans l'Après-Guerre, est précisément celle de la reconnaissance de l'importance publique et sociale du fait culturel. Ce dernier apparaît comme source d'expression et de représentation pour l'idéal politique à construire⁶².

⁶² Lamizet B., *La médiation culturelle*, op.cit.

Les différentes politiques culturelles que nous avons vues précédemment s'inscrivent dans cette dernière période. Le problème de cette périodisation est que, si elle révèle l'évolution de l'articulation des pouvoirs aux structures de médiation culturelle, elle ne rend pas exhaustivement compte des problématiques de la médiation telles qu'elles peuvent être perçues par les sujets et exprimées par les objets culturels.

Il nous semble qu'il faudrait ajouter une cinquième période : la fin de l'historicité et des idéaux, c'est-à-dire d'une période caractérisée par l'abandon de la téléologie. De Platon à Malraux en passant par Kant et Benjamin, l'articulation du politique et du culturel (et donc, la structuration de la culture) procédait d'une visée téléologique (même si elle est utopique) ; mais, désormais, quelle serait cette visée tant les éléments y contribuant nous apparaissent comme complexes ?

Ce qui est très problématique, et qui justifie la présente réflexion, est que cette dernière période ne se substitue pas totalement à la quatrième. Depuis les années 1970, nous voyons émerger des œuvres et des objets culturels, ainsi que des usages, qui ne s'inscrivent pas dans la logique de reconnaissance qu'évoque Bernard Lamizet et qui préfigurent la fin de la dimension téléologique qui est actuellement la « dominante ». Cela ne veut pas dire que la quatrième période est achevée : nous verrons justement que la structure du champ cinématographique, la pratique sur laquelle cette structure s'institutionnalise est précisément une cohabitation de ces deux approches. Pour le dire plus simplement, il n'y a pas tant un changement de paradigme qu'une tendance à dénier les logiques antérieures et à déléguer les problématiques du symbolique aux dispositifs, ce qui est un leurre.

C'est précisément alors que deux approches doivent cohabiter que l'on voit émerger la notion de médiation. Ainsi, dans notre réflexion sur la médiation cinématographique, nous devons la situer au sein de cette situation fortement hétérogène. Cela ne veut pas dire qu'il faut dès lors exclure les théories passées. Bien au contraire, il faut voir leur réactualisation, les bifurcations interprétatives générées par l'évolution des problématiques. De Platon à Jameson, en passant par Kant et Benjamin, le nœud du problème reste toujours le même ; cependant, il s'est enrichie de dimensions réflexives supplémentaires. Mais, ce parcours est également celui d'une perte ou d'une problématisation abyssale : celle de la question de la temporalité. En effet, ce qui nous sépare de manière désormais irrémédiable de Kant, est l'abandon de la question temporelle au profit du référentiel spatial. Cette situation est ainsi résumée par Fredric Jameson :

L'actuelle logique culturelle « dominante » apparaît « comme le déclin des grandes thématiques modernistes du temps et de la temporalité, des mystères élégiaques de la durée et de la mémoire (...).

Pourtant, on nous a souvent répété que nous habitons désormais le synchronique plutôt que le diachronique, et je pense que l'on peut soutenir, au moins empiriquement, que notre vie quotidienne, notre expérience psychique, nos langages culturels, sont aujourd'hui dominés par les catégories de l'espace plutôt que par les catégories du temps comme c'était le cas dans la période précédente du haut modernisme »⁶³.

Cependant, ce n'est pas parce que les catégories de l'espace sont privilégiées que celles du temps disparaissent. Celles-ci apparaissent comme prises en charge par le sujet et par certains objets culturels et semblent extrêmement problématiques ; autrement dit, il y a une sorte de « retour du refoulé » de la question temporelle qui, nous le verrons, devient alors la valeur (au sens marchand) la plus importante et pourtant la plus difficile à identifier pour le sujet. Benjamin avait déjà esquissé ce problème en évoquant l'expérience moderne comme étant celle du « choc » et où la conscience, servant de tampon au moi et le protégeant des traumatismes, est isolée de la mémoire passée générant une perte d'expérience. Cette perte d'expérience conduit à une logique de pratique de surface, répétitive et mimétique, bien plus ordonnée dans une logique de protection que dans une logique *d'encapacitation*.

C'est par petites touches, par progressions, suite à des bifurcations plus ou moins apparentes que l'émergence du postmoderne s'est effectuée et a pris une position de « dominante ». Nous verrons cela précisément dans le parcours qui va de Kant à Jameson, en passant par Benjamin. Benjamin a offert une réactualisation particulièrement intéressante de Kant parce qu'il se situait à la fois comme héritier de *l'Aufklärung*, de la dialectique et du Romantisme⁶⁴. Nous sommes également dans une pareille situation d'entre-deux, dont nous postulons qu'il s'agit précisément d'une nouvelle expression de l'entre-deux qu'a analysé Benjamin : ce que l'on nomme postmodernité (et que nous avons précédemment qualifié comme ère d'abandon de la dimension téléologique qui n'est rien d'autre que l'expression de la méconnaissance et du déni de la distanciation symbolique) serait un prolongement du Romantisme tel que défini par Benjamin ; parallèlement, la quatrième période analysée par Bernard Lamizet serait une sorte de réactualisation de *l'Aufklärung*⁶⁵ (qui implique,

⁶³ Jameson F., *Le postmodernisme...*, op.cit., p.55

⁶⁴ Le Romantisme allemand a d'ailleurs été l'objet de sa thèse.

Benjamin W., *Le concept de critique esthétique dans le romantisme allemand*, Paris, Fayard, 1979

⁶⁵ Au détail près que la question révolutionnaire tend à disparaître totalement de notre champ. Or, chez les Lumières – et particulièrement chez Kant – la révolution est le point central de toute la structure théorique. Ce n'est donc pas un détail mineur. C'est peut-être cela qui explique la cohabitation avec le postmoderne.

cependant, la prise en compte de toutes les dimensions de la médiation culturelle). Pareille assertion mérite d'être précisée et relativisée. Nous y procéderons dans les prochaines pages.

C. Le spectacle cinématographique

Benjamin nous intéresse également parce qu'il a problématisé les approches traditionnelles de l'art et de la culture en s'appuyant sur le cinéma dans son très célèbre article *l'œuvre d'art à l'heure de la reproductibilité technique*⁶⁶. Dans cet article, Benjamin conçoit le cinéma et la photographie comme vecteurs de changements culturels, en ce que leur dispositif même incite à une nouvelle forme de médiation de la culture et exprime un certain nombre de paradoxes de la modernité.

Certes, nous ne pourrions suivre l'intégralité de la proposition de Benjamin, puisque celle-ci est historiquement située dans un registre différent du nôtre. Il n'en demeure pas moins que l'hypothèse de l'auteur et les problématiques engagées peuvent toujours être actualisables. Nous y procéderons. Et notre manière d'envisager l'objet « cinéma » s'inscrit dans l'héritage des réflexions de Benjamin.

En effet, le cinéma apparaît comme expression de transition paradigmatique à la fois par son dispositif, par sa structure industrielle et artistique, par ses contenus ainsi que par la manière dont le spectacle cinématographique s'est élaboré et transformé.

La définition élémentaire du spectacle cinématographique est la suivante : il s'agit d'un film, projeté dans une salle devant au moins un spectateur. Ce dispositif à trois termes a été étudié avec précision par Benjamin et Cavell – c'est pourquoi nous les citerons à de nombreuses reprises dans les prochaines pages : ce qui crée le spectacle, ce qui produit de la signification est le rapport dialectique entre ces trois termes ; c'est la double médiation entre le film et le spectateur, la salle et le spectateur. Le spectacle cinématographique participe de plain-pied dans ce que Rancière appelle le « régime esthétique » où

⁶⁶ Benjamin W. « L'œuvre d'art à l'heure de la reproductibilité technique ». *Écrits français*, Paris, Gallimard, 1991

« l'image n'est plus l'expression codifiée d'une pensée ou d'un sentiment. Elle n'est plus un double ou une traduction, mais une manière dont les choses mêmes parlent et se taisent. Elle vient, en quelque sorte, se loger au cœur des choses comme leur parole muette »⁶⁷

Autrement dit, le dispositif du spectacle révèle la notion de « distanciation » symbolique et l'exprime à la fois sur les rapports intersubjectifs, dans les rapports à l'œuvre et dans le rapport entre l'expérience artistique et l'espace public. La face « négative » de l'expérience de distanciation est ce que Cavell nomme « la condition sceptique » : perte de proximité avec le monde, doute quant à la possibilité même de pouvoir d'expression et problématique de reconnaissances réciproques – nous y reviendrons très précisément au cours de cette partie. La face « positive » est précisément la manière dont les films et le spectacle cinématographique offrent des conditions pour expérimenter ces problématiques à travers les rapports intersubjectifs, les rapports à l'œuvre et dans 'articulation de notre expérience esthétique à l'espace public. Si le cinéma a une certaine pérennité, c'est précisément parce qu'il révèle des problèmes et offre encore des cadres d'expérimentations pour que le spectateur s'y confronte. Ces remarques n'ont pas seulement une valeur pour les spéculations philosophiques sur le cinéma ; ce sont précisément des points d'ancrage que l'exploitant doit veiller à valoriser – ce qui implique, par ailleurs, une ouverture vers des réflexions d'ordres socioéconomiques que nous ferons dans les parties suivantes.

C'est d'ailleurs pourquoi le spectacle cinématographique prend également tout son sens dans la relation qu'il entretient avec l'espace public – avec l'expérience de l'ordinaire dans la conscience du spectateur, dirait Cavell. En effet, l'ordinaire et le social ont toujours une présence sibylline dans la double médiation propre au spectacle cinématographique. C'est là tout son intérêt pour le spectateur et là toute la légitimation du spectacle cinématographique au sein de l'espace public.

Nous verrons que cet ensemble – qui définit le spectacle cinématographique - s'inscrit, aujourd'hui, à la fois dans la quatrième et cinquième période de structuration de la médiation culturelle. Le cinéma ne participe pleinement à aucune de ces deux périodes ; de même, il a participé activement à la troisième période sans pour autant y être reconnu. Le caractère insaisissable du cinéma procède des paradoxes qu'il exprime.

Ainsi, malgré tout ce que l'on a dit dans l'introduction générale, malgré les nouvelles formes de spectacles qui semblent émerger, il y a toujours médiation culturelle. C'est la formalisation de celle-ci qui a changé et qui apparaît désormais comme « bicéphale »

⁶⁷ Rancière J., *Le destin des images*, Paris, La Fabrique, 2003, p.21

(puisqu'elle s'inscrit dans deux registres). Mais, il ne s'agit que d'une apparence, que d'une différence de surface : la logique « dominante » n'est que le déni de ce que, précisément, la logique antérieure visait à exprimer.

Il convient alors de comprendre les mécaniques de la médiation culturelle, les différentes parties de la médiation qui ont historiquement été révélées et d'en voir les actuelles formalisations. Parce que cela engage une réorganisation spatiale et temporelle de l'exploitation, ainsi que la portée de son discours. Structuration de l'expression cinématographique et structuration de la logique culturelle entretiennent évidemment un rapport dialectique, c'est pourquoi, dans la présente partie, nous oscillerons toujours entre ces deux points. Ce n'est qu'une fois ce parcours fait que nous pourrons voir quels sont les actuels enjeux esthétiques, artistiques et culturels du cinéma.

I. L'évolution des logiques culturelles et la place du spectacle cinématographique

Dans l'introduction à cette partie, nous avons esquissé une définition de la culture, de l'art et de la médiation culturelle. Ces trois notions sont apparues comme extrêmement complexes, vivantes, instables et difficiles à circonscrire. Chaque époque participe à la redéfinition de celles-ci. À leurs manières, les cinéastes et les exploitants de ce cinéma participent de cette constante redéfinition, en lieu avec le champ cinématographique et l'espace public.

Cependant, si nous allons cerner différentes définitions et entrevoir leurs spécificités telles que le cinéma semble les exprimer – et ainsi, dans le même mouvement, essayer de circonscrire les pratiques cinématographiques –, nous pouvons toujours donner une définition globale : la culture est ce qui compose la logique de l'être-ensemble, comprenant les modes de pensée, l'aïsthésis, et les modes d'actions et de relations interpersonnelles. La culture est héritée, agie et pensée par tous les acteurs compris en son sein. La culture est une sorte de référent inatteignable, sans cesse remodelé et reconstitué par ses acteurs.

La médiation culturelle consiste à solidariser les acteurs de la sociabilité. Il s'agit à la fois de reconnaître leur identité – par le truisme d'une sublimation esthétique – et de permettre leur articulation à l'espace social et au sein de l'espace public. La sublimation esthétique articule la logique singulière de représentation du désir et la logique collective de représentation du pouvoir.

En ce sens, les objets artistiques apparaissent comme les plus pertinents pour pareille médiation : ils s'inscrivent comme figure d'altérité au sein de la culture, avec leur logique signifiante et mécanique institutionnelle propres, mais toujours en rapport dialectique avec la culture. Ce sont les objets les plus pertinents, non pas les objets exclusifs. Le travail de De Certeau sur l'invention du quotidien, sur les tactiques individuelles versus les stratégies des offreurs, montrent bien que l'approche critique et problématique de la culture ne se réduit pas à des objets d'art⁶⁸ ; de même, l'évolution du champ de l'art contemporain – et très

⁶⁸ De Certeau M., *L'invention du quotidien 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990

certainement l'existence même du cinéma – s'illustre dans une recherche de perte d'aura et d'inscription dans la quotidienneté, comme si l'Art pouvait être expressif et signifiant en-deçà même des logiques institutionnelles.

La question de l'Art est indissociable de la question de médiation culturelle. À l'image de Dominique Château, nous considérons que l'interrogation sur ce qu'est l'Art ne vise pas nécessairement d'essence, mais plutôt une théorie de l'effectivité de l'Art dans le contexte réel où il se manifeste⁶⁹. Ce n'est pas simplement les propositions formelles des cinéastes qui répondent à des critères artistiques préétablis, c'est plutôt la manière dont le cinéma est médiaté qui a participé à sa caractérisation d'Art – aussi industriel soit-il. Il s'agit dès lors de saisir quels sont les truismes de la médiation. Un contexte culturel donne une définition contingente de l'Art ; de même, il offre une logique collective de pouvoir, ainsi qu'un certain nombre d'entrées sur la question du désir. Les problématiques liées aux médiations culturelles en général, et sous une acception plus particulière pour les œuvres d'Art, sont d'une part, la question de la connaissance, de la réflexivité et, enfin, celle de la reconnaissance. Ces problématiques se sont révélées et spécifiées progressivement, ouvrant un certain nombre de paradigmes de médiation culturelle.

La question, dans le présent passage, est de définir précisément notre conception de la médiation culturelle, ses sources théoriques, ses applications. Cela nous permettra d'envisager les problématiques actuelles et de voir comment le cinéma y participe (et ses relations complexes avec d'autres média).

A. Les sources, les portées et les limites de la conception moderne de médiation culturelle

La question du désir et du politique a depuis longtemps été centrale ; les bouleversements apparaissent avec une problématisation plus ténue de ce qu'est l'ordre

⁶⁹ L'auteur insiste par ailleurs sur le fait que ce constat implique souvent que l'on privilégie une approche sociologique. Mais ce n'est pas tant la sociologie qui peut nous aider à cerner la problématique que, plus simplement, une attention aigüe au social. En ce sens, il y a autant de légitimité à exploiter les théories de Walter Benjamin, de Jean Caune et de Bernard Lamizet, que celles d'un Pierre Bourdieu par exemple.

Château D., *L'Art comme fait social total*, Paris, L'Harmattan, 1998

esthétique. De Platon à Cavell, nous découvrirons les différentes problématiques propres à la médiation culturelle ; la difficulté consiste à distinguer ce qui est encore opératoire aujourd'hui de ce qui est spécifique d'un régime de regard et d'une logique culturelle donnée. Si nous prenons le temps de faire un détour sur cette question, c'est dans le but de refuser l'opposition constante entre Art et divertissement : saisies sous la logique de l'articulation du désir et de la sociabilité, ces deux approches n'apparaissent dès lors que comme deux manières (non exclusives l'une de l'autre) d'entrevoir la logique d'une relation culturelle ; dans les deux cas, la logique subsiste et seules ses déterminations changent. Ce faisant, nous pourrons plus sereinement concevoir une définition globale de la médiation culturelle et général et de la médiation cinématographique en particulier.

De même, si nous nous permettons d'en passer par Platon et Kant – qui ont manifestement écrit dans un cadre où le cinéma n'existait pas -, c'est parce que l'on trouve, dans leurs travaux, des aspects qui nous semblent essentiels dans la caractérisation générale de la médiation culturelle, ainsi que dans la problématisation de son actuelle structuration. Cela est permis par une lecture de Walter Benjamin, qui lui a écrit à l'époque du cinéma et qui, dans sa réflexion sur ce média, ainsi que dans sa réflexion sur l'héritage théorique des questions politiques et esthétiques, semble nous offrir une synthèse et une refonte de Platon et de Kant qui part de l'expérience nouvelle générée par la photographie et par le cinéma et qui s'applique à ces média.

i. Expérience artistique, affect et sociabilité : les questions de Platon

Platon voyait déjà une médiation spécifique appliquée aux arts, et à ne surtout pas confondre avec une médiation de connaissance. S'il procède à une distinction aussi importante, c'est à cause des effets politiques singuliers de ces deux types de médiation. Si la seconde implique un décentrement du sujet, conduisant à une approche rationnelle du monde, la première concerne avant tout l'affect. La médiation culturelle doit procéder à une canalisation des affects en vue d'une compréhension collective du monde et d'une reconnaissance de la collectivité (la Cité).

Une des premières questions fondamentales appliquée à l'Art et à la culture – et à leur médiation – a consisté à déceler leur inscription dans le champ de la conscience. Cette

question a d'abord été traitée par la négative, par la définition de ce qu'elle n'est pas. Ainsi, la connaissance par la culture, et plus précisément par l'Art, est toute relative. Si l'Art peut apporter, à sa manière, une intuition de l'ordre des choses, il ne saurait se substituer au formalisme épistémologique. Cela ne veut aucunement dire que les expressions de l'Art, ainsi que les médiations culturelles soient dès lors insignifiantes. Bien au contraire, dans la logique de la Cité grecque, l'Art tient un rôle majeur, puisqu'il s'inscrit dans une synthèse religieuse et politique. La médiation culturelle par l'objet artistique a une véritable valeur politique, pédagogique ; c'est précisément en vertu de ses effets sociaux et politiques que l'Art est critiqué. Platon en appelle à un discernement sur le rôle des médiations culturelles et ce, tout particulièrement dans *La République*. La problématique qu'il y développe est d'en discerner les effets bénéfiques, mais également de circonscrire le rôle des arts dans l'espace public.

Le postulat de départ est relativement simple : l'Art trouve son moteur et sa résonance dans les effets qu'il produit dans le champ de la conscience. Le problème est alors de déterminer la manière dont une conscience, ainsi « animée »⁷⁰, peut s'inscrire dans l'espace public.

La poésie fait partie de la première éducation : elle prépare les âmes des jeunes gens à l'action de la raison. Elle offre des intuitions. Ce qui fait la puissance de l'art est sa capacité à transfuser des mœurs, ainsi que des conceptions éthiques et religieuses. Mais ce n'est pas pour autant une condition suffisante pour correctement régler les conditions de l'être-ensemble. Les œuvres interpellent immédiatement notre dimension désirante et leur offre un cadre formel qui délimite implicitement l'espace des possibles ; cependant, cette délimitation est moins soumise au tribunal de la raison que par un effet d'identification. La poésie, l'art en général, affecte l'âme ; non l'intelligence.

À ce titre, l'emploi du terme *Mimésis*, chez Platon, ne prend pas seulement en compte la question de l'imitation formelle de l'objet. Elle n'est pas copie de la réalité, mais l'expression de l'opinion que l'artiste ou le spectateur (car lui aussi s'intègre dans la question du mimétisme) se fait de la réalité. C'est là tout le problème pour Platon, il représente

⁷⁰ *L'anima* est le terme latin pour signifier l'âme. Il est certes linguistiquement incohérent d'employer cette formule ici. Cependant, il nous apparaît significatif que le flottement sémantique de ce terme donne à la fois l'acception d'âme et celle de mouvement. La conscience « animée » serait comme une conscience plus vive encore, comme si l'Art lui apportait un « supplément d'âme ». C'est précisément le problème de Platon que de rappeler que ce « supplément d'âme » peut conduire à de grandes choses, mais également au règne de l'opinion, puisqu'i s'établit sur le retrait de l'intellect. Nous allons y venir.

l'apparent tel qu'il lui apparaît, il « *fait des simulacres avec des simulacres* »⁷¹. Platon fait ici moins une critique esthétique qu'une problématisation d'ordre éthique : toute image est inscrite dans un point de vue, dans une perspective et ne doit en aucun cas s'affirmer comme une représentation (immédiate ?) du réel, puisqu'elle n'est pas décentrée.

La *mimésis* n'effraie pas tant Platon pour son caractère faussement imitatif, que par sa puissance expressive et affirmative. L'Art donne à voir les problèmes, mais ne saurait les régler ; le danger consisterait à ce que la pensée politique soit déterminée par cette puissance expressive plutôt que par la distanciation dialectique. Or le crédit accordé à une œuvre appartiendrait plutôt au plus grand nombre qu'à l'éclairage d'un esprit :

« en se soumettant au jugement du plus grand nombre et en faisant de la sorte de plaisir qu'on attend d'eux leur critère, les artistes mettent au pouvoir une « théâtrocratie » et répandent l'opinion que tous s'entendent à tout »⁷².

Or, le régime de l'opinion est particulièrement néfaste à l'ordre social, même s'il apparaît comme un « mal nécessaire », un état de fait que le politique doit prendre en compte⁷³. Il s'agit donc d'en maîtriser les sources ; l'une d'entre elle se trouve précisément contrôlable dans la manière dont on fait la médiation des œuvres.

Quel est ce plaisir nécessaire qui devient moteur d'une (future) opinion ? Tout art grec procède de deux passions fondamentales : un attachement excessif à la vie et une aversion pour la souffrance et la mort, c'est-à-dire deux expressions du *thumos*. Il est nécessaire de comprendre que pour l'héritage Homérique de la tragédie, la pensée et les émotions sont enracinés dans le corps (ils sont distingués théoriquement, mais non séparés pratiquement). Tout le problème de Platon va consister à les ordonnancer de la manière la plus pratique possible (pratique entendue ici au sens kantien, c'est-à-dire moral). Parce que l'héritage des tragédies a ceci de problématique pour Platon qu'il ne permet pas de faire une analogie avec l'espace public : en effet, le corps homérique est anatomiquement – donc pratiquement – incommensurable avec celui du sujet de la Cité (et donc, par extension, avec « le corps de la Cité »).

Il s'agit donc de voir comment se constitue le corps homérique, avant de voir la proposition de Platon. Le *thumos* est l'expression élémentaire du désir, puisqu'il est un

⁷¹ Platon, *La République*, in. *Œuvres complètes Tome 1*, Paris, Gallimard, 1984, 605c

⁷² Dixsaut M., *Platon*, Vrin, Paris, 2003, p.234.

⁷³ À ce titre, *L'Apologie de Socrate* est assez manifeste. Platon, *L'apologie de Socrate*, in. *Œuvres complètes Tome 1*, Paris, Gallimard, 1984,

« souffle », une « vapeur » nourrie du bouillonnement du sang ; il dénote l'ardeur, le courage, l'élan combatif du héros⁷⁴. Il correspond à ce que plusieurs siècles plus tard Freud nommera la *pulsion de mort*⁷⁵. Quand on se parle, on parle au *thumos*. Cependant, on parle également à la *psukhê*, qui est « l'âme-souffle », froide et s'inscrit dans la tête. Chez Homère, elle est l'âme séparée des morts, qui s'échappe telle une fumée, mais qui conserve son « image », sa forme dans l'Hadès. Le *thumos* est un moteur bouillonnant, et la *psukhê* est une image de l'âme.

Le *Noos*, ou *Nous*, est une sorte « d'intelligence intellect » qui s'inscrit « dans » le *thumos* et semble en être l'organe de contrôle. Le problème est qu'il n'a aucune matérialité : il n'est qu'un courant de conscience, qui perçoit au moyen de ses sens.

Tout art est tragique selon Platon parce qu'il exprime et transmet le *thumos* ; la seule connaissance, la seule vérité que transmet l'art, est cette vérité tragique de l'indétermination du *thumos*. Mais l'art ne fait que le montrer, et la manière dont il procède n'est que la poursuite de cette indétermination. Pour le dire autrement, nous tendons plus à nous identifier aux personnages tragiques qu'à prendre une distance analytique. Nous matérialisons, à travers des représentations, les injonctions du *thumos* et les problèmes qui en découlent. Mais jamais nous ne retrouvons des équivalents du *Nous*. Pis, l'ordre tragique du monde apparaît du fait que les divinités elles-mêmes sembleraient soumises aux injonctions de leur *thumos*, dont nous pâtirions. Comment espérer un ordre social, si les sujets semblent déterminés par un ordre qui détermine également l'ordre des choses (puisqu'il détermine les divinités) ?

C'est pourquoi, dans *La République*, Platon critique assez sévèrement Homère. C'est le philosophe qui se proclame, en tant qu'auteur des Lois, comme l'auteur de la tragédie « la meilleure et la plus belle », puisqu'il représente la vie la meilleure et la plus belle, expurgée de tout tragique et où c'est la Cité qui devient le chœur qui chante la divinité et l'intelligence. Le juridique – c'est-à-dire le politique – est auteur, le sujet n'est qu'acteur. La différence fondamentale entre Homère et Platon est précisément l'analogie entre la considération du corps et de l'esprit, l'incorporation sociale et l'imaginaire même du corps : chez Homère est

⁷⁴ Onians R.B., *Les origines de la pensée européenne sur les corps, l'esprit, l'âme, le monde, le temps et le destin*, Seuil, Paris, 1999. Traduit notamment par Barbara Cassin qui est une grande exégète des textes grecs. Elle rend compte de ce livre notamment dans l'article « Âme » in. Cassin B.(dir.), *Le vocabulaire européen des philosophes*, Seuil/Le Robert, Paris, 2004

⁷⁵ C'est par ailleurs cette puissance affirmative, au mépris des risques et au nom d'une sorte d'instance supérieure, qu'Hegel considérera comme la source du droit à l'existence. Ce seraient les effets du *thumos* qui signifieraient un droit. C'est en cela qu'il apparaît comme le versant négatif du droit, dont les textes seraient les éléments de positivité. Cette dialectique sera reprise dans la lecture lacanienne de la pulsion de mort, qui est l'inscription dans les schèmes de l'esprit de cette dialectique externe qu'est la conscience de droit chez Hegel. Cette source provient très certainement de l'écoute attentive de Lacan des séminaires d'Alexandre Kojève sur Hegel.

sublimé le corps héroïque ; chez Platon, les mêmes emplois terminologiques visent la structuration de l'animal raisonnable.

Il restructure alors toutes ces distinctions en tant que « faculté de l'âme » au sein de la *psukhè*, laquelle comprend aussi bien le *Nous* que le *thumos*. Au sein de la *psukhè* apparaissent de nouvelles distinctions problématiques. La plus importante pour nous est la différence entre *dianoia* – « ce qui traverse le nous » - et *l'epithumia* – « ce qui est sur le *thumos* », autrement dit la faculté désirante -. À travers *La République*, s'organise une tripartition hiérarchique, qui vaut aussi bien pour la *psukhè* individuelle que sociale :

- au sommet se trouve le logistique, qui relève du logos, du Nous, de la *dianoia*. C'est la partie la plus rationnelle, qui s'inscrit dans une grande étendue temporelle (l'immortalité de l'âme au niveau singulier, l'éternité de la Cité au niveau collectif) ;
- au milieu se trouve tout ce qui appartient à la garantie, l'ordre, la sécurité. Au niveau du corps, Platon y inscrit les poumons et le cœur ; au niveau social, ce sont les guerriers et les gardiens qui participent de ce registre ;
- à la base se trouve la faculté désirante. Au niveau social, cela correspond aux productions et aux commerces, qui nourrissent et créent des richesses.

Chaque niveau est nécessaire et a une relative autonomie, laquelle se caractérise par sa vertu spécifique⁷⁶ : ainsi, le sommet se doit d'être « sage », le milieu « viril » et la base « tempérée ». La structure générale n'est « juste » que si chaque faculté, comme chaque entité sociale, apparaissent et restent dans la place qui leur est attribuée. « *L'organique est ainsi devenu un organigramme éthico-politique* »⁷⁷.

⁷⁶ Il est assez surprenant de voir à quel point cette tripartition a trouvé des expressions alternatives tout au long de l'histoire de la philosophie. Ces facultés ressemblent beaucoup aux trois facultés kantienne ; plus précisément, nous y voyons les trois rôles que peut avoir la raison selon le type de jugement. Nous retrouverions alors respectivement le rôle de la raison dans l'ordre de la raison pure, puis raison pratique et, en dernière instance, dans la faculté de juger en général.

Nous retrouvons également une partie de ce schéma dans la tripartition marxienne de la culture. La violence du geste marxiste consistant à dénier l'autonomie relative, et, comme si l'on redevenaient homériques, rappeler que la superstructure – c'est-à-dire ici le *Nous* – est soumise aux injonctions de l'infrastructure, de la « faculté de désirer ».

Dans notre approche, il s'agit de rééquilibrer les principes de Platon et de Marx de la même manière que l'équilibre – certes précaire – qu'a proposé Kant. Si nous postulons que ce principe est plus à même à nous aider à formaliser les enjeux culturels, c'est parce que les utopies sur lesquelles s'appuient les théories de Platon comme celle de Marx – par-delà leur analogie – ont historiquement échoué, tandis que l'instabilité politique, sociale et culturelle dans laquelle Kant a pensé et sur laquelle Kant pense a ceci de comparable à notre situation que nous sommes précisément en perte de sens téléologique, de visée utopique.

⁷⁷ Cassin B., « Les grecs d'Onians : « thumos », « âme-sang » et « psukhè », « âme-souffle » », in. Cassin B. (dir.), *Le vocabulaire européen des philosophes*, op.cit., p. 70-71

Le problème de ce « partage du sensible », dont la pensée occidentale a hérité, c'est la tendance à occulter l'interdépendance de ces trois niveaux, de réifier la faculté désirante dans la valorisation du *Nous* et du *Logos*.

Il est nécessaire de bien comprendre à la fois le mode de perception propre à la Cité et le régime d'Art qu'il critique. S'il apparaît sévère comme la représentation, il est important de comprendre que l'art apparaissait comme « direct » : l'on tendait à occulter toute forme de distanciation au profit d'un événement auquel toute la communauté participait ; l'illusion que critique dès lors Platon, est le risque de totale indistinction entre l'expérience de l'art et le mode de vie de la communauté. C'est moins le régime d'art, en tant que tel, que critique Platon, que la manière dont on « dispose » le spectateur dans le rapport à l'art. Rancière a, par ailleurs, qualifié ce régime de l'art le « régime éthique de l'art » - l'art qui problématise et exprime le mode d'être d'une communauté⁷⁸. Platon insiste simplement sur la différence entre expression du mode d'être et mode d'être effectif ; pour le dire autrement, il insiste sur la différence entre le mode d'être tel que représenté dans un cadre précis, avec la présence et prégnance d'un idéal de soi, et le mode d'être politique dans la quotidienneté, dans l'ordinaire dirait Cavell. En quelque sorte, Platon ne critique pas la représentation en soi, mais la tendance à oublier la nécessaire distanciation propre au symbolique ; s'il privilégie le Logos, s'il privilégie la connaissance à l'expérience artistique, c'est avant tout parce qu'ils impliquent la reconnaissance du symbolique. Sa critique de la « théâtrocratie » est finalement une critique d'un ordre symbolique, de relations politiques, qui seraient moins basés sur un « sens commun » que sur un sentiment de « sympathie » - pour reprendre les expressions de Kant -, c'est-à-dire moins sur une expérience de la sociabilité qui incite à connaître et à exploiter les logiques d'appartenance, qu'une expérience qui se limite au plaisir (immédiat ?) de partager les mêmes « affinités électives », de partager les mêmes finitudes...

Ce qui est important dans la médiation culturelle, et que Platon ne conteste pas – puisque, au contraire, il l'intègre d'une certaine manière dans sa *République* – c'est l'importance de donner corps à la sociabilité, de la rendre visible au sujet. Simplement le propre de l'Art n'est pas d'être cognitif ; il est présentation à idéal social et à un idéal de soi – et si Platon critique Homère, c'est que l'idéal de soi que présente le poète est particulièrement inatteignable. Et le « mode de réception » si particulier des Grecs est relatif à la manière dont ils envisagent le rapport politique : il s'agit d'un rapport de *philia*, un rapport amical ou, plus

⁷⁸ Rancière J., *Le destin des images*, op.cit.

précisément, de non-animosité (non violence et reconnaissance de caractère de « sujet parlant », en tant que sujet qui parle et sujet qui a « une parole », un engagement symbolique).

Le problème du positionnement du sujet et les influences de ce positionnement dans la signification des phénomènes qui l'entoure est central chez Platon. Il s'est, par ailleurs, confronté au problème de ce que nous appellerions aujourd'hui la « médiatisation » - l'émergence de techniques qui inscrivent la médiation politique dans des dispositifs progressivement organisés et qui manifestent, dès Platon, la médiation politique dans des dispositifs qui l'inscrivent dans des pratiques singulières de lecture.

On retrouve précisément ce problème dans le mythe du *Phèdre*, dont Derrida offre une analyse éclairante, dans « La pharmacie de Platon »⁷⁹, qui propose une réflexion sur la signification du *Pharmakon*. *Pharmakon* est un terme intraduisible puisqu'il est aussi bien le poison que le remède. Si Derrida insiste sur l'ambiguïté de cette notion dans le *Phèdre* de Platon - où ce dernier a une approche critique des biens fondés de l'écriture (donc d'un élément de la médiation) - , c'est parce qu'il y a découvert une idée d'une grande importance : si l'objet problématisé est ambivalent, c'est parce que la question glisse de l'objet à la relation d'objet. Le bon ou le mauvais n'est pas dans l'objet lui-même (ici, l'écriture) mais dans la relation que l'on entretient avec lui. Ce qu'il critique ici dans la *tekhnê* est structurellement la même chose que pour l'Art.

Derrida rappelle bien que Platon n'est pas simplement et absolument contre l'écriture. Le philosophe en rappelle simplement ses fonctions initiales, la posture que l'on doit avoir quant à elle et les dérives possibles. L'écriture, « ne répond pas au besoin de la mémoire, vise à côté, ne consolide pas la mnémè, seulement l'hypomnésis. Elle agit donc bien comme tout pharmakon »⁸⁰. Elle ne s'inscrit pas dans la *mnémè* qui est une sorte de mémoire vive, mémoire du savoir, mémoire de nos usages quotidiens. Elle ne laisse que des *tupoi*, des sortes de signes. L'écriture, l'*hypomnésis*, ne sont que des outils. Mais leurs usagers doivent alors avoir une médiation technique, avoir une relative distance quant aux données de l'écriture.

Le problème pour Platon est que ces signes porteront le discours même si personne n'est là pour les animer :

« (C'est) cette vie de la mémoire que le pharmakon de l'écriture viendrait hypnotiser : la fascinant, la faisant sortir alors de soi et la mettant en sommeil dans le monument. Confiant dans la permanence et

⁷⁹ Derrida J., « La pharmacie de Platon », in. Platon, *Phèdre*, Paris, Garnier Flammarion, 1989

⁸⁰ *ibid.*, p.300

l'indépendance de ses types (tupoi), la mémoire s'endormira, ne se tiendra plus, ne tiendra plus à se tenir tendue, présente, au plus proche de la vérité des étants »⁸¹.

Pour Platon, la mémoire et le savoir ne peuvent émerger que par actualisation et n'est pas un stock dans lequel on vient puiser. La mémoire et le savoir sont des fruits d'un travail, sont le résultat d'une problématisation. Ce travail ne peut se faire sans médiation. L'erreur consisterait alors à croire que l'archivage, l'écriture, se suffiraient à eux-mêmes et que le lecteur serait capable de reconstituer toute la médiation sans troisième terme.

Platon ne rejette pas l'écriture, il souligne où se situe la limite :

« la limite (entre le dedans et le dehors, le vivant et le non-vivant) ne sépare pas simplement la parole et l'écriture mais la mémoire comme dévoilement (re)produisant la présence et la re-mémoration comme répétition du monument : la vérité et son signe, l'étant et le type. Le dehors (...) commence au point où la mnèmè, au lieu d'être présente à soi dans sa vie, comme mouvement de la vérité, se laisse supplanter par l'archive, se laisse évincer par un signe de re-mémoration ou de com-mémoration. L'espace de l'écriture, l'espace comme écriture s'ouvre dans le mouvement violent de cette suppléance, dans la différence entre mnèmè et hypomnèsis. Le dehors est déjà dans le travail de la mémoire. Le mal s'insinue dans le rapport à soi de la mémoire, dans l'organisation générale de l'activité mnésique »⁸².

Au lieu d'être actif face au problème, devant alors articuler sa connaissance, nécessitant toujours une médiation, on aurait alors tendance à exploiter des outils sans les connaissances qui leur sont spécifiques. Le problème que souligne Platon est finalement assez simple : nous avons nécessairement besoin de médiation dans l'articulation des connaissances, et l'exploitation de l'écriture ne peut se faire de manière pertinente que si l'on intègre sa logique. Ainsi, nous avons besoin d'une médiation technique.

La situation problématique que Platon souligne à grand traits est le suivant : au lieu d'exploiter de cette manière l'écriture, la tendance générale est de non seulement faire l'impasse, grâce à l'écriture, des médiations empiriques, mais, en outre, de faire l'impasse sur la médiation technique prérequise. C'est en cela que Derrida parle de « mal interne » :

« L'opposition entre mnèmè et hypomnèsis commanderait donc le sens de l'écriture. (...) or entre mnèmè et hypomnèsis, entre la mémoire et son supplément, la limite est plus que subtile, à peine perceptible. De part et d'autre de cette limite, il s'agit de répétition »⁸³.

Dans le premier cas, est répété ce qui doit être répété, la chose en soi, le noumène kantien, l'*eidos* ; dans l'autre cas, ce qui est répété est le répétant, le signe de la chose. L'exercice de mémoire vaut non pas pour le procédé de répétition en tant que tel, mais parce qu'il permet

⁸¹ *ibid.*, p.307

⁸² *ibid.*, p.312

⁸³ *ibid.*, p.313

d'identifie les parts de vérité dans ses infléchissements. Le *pharmakon* est compris dans le discours : discours de la vérité et *pharmakon* sont deux faces du logos, du discours. Il faut, en quelque sorte, actualiser les données de l'écriture dans le mouvement des idées et du discours. Autrement dit, il ne s'agit pas de rejeter l'*hypomnēsis*, puisqu'elle est utile, mais il faut l'intégrer dans la logique de la connaissance – ce qui implique un décentrement, une distanciation propre au symbolique. En quelque sorte, une fois la médiation technique acquise, il reste à expérimenter les connaissances que l'écriture apporte ; pour cela, il faut repérer les infléchissements que l'on en a dans la lecture. C'est ainsi que l'on génère nos propres connaissances sur le texte ; connaissances comparables à celles fournies par les médiations classiques.

Platon critique régulièrement les dangers de l'illusion d'immédiateté. L'usage alerte de l'Art au sein du social, ainsi que l'usage alors de toute forme de *tekhnē*, implique des médiations. Celle-ci décentre le sujet et permet de prendre en compte les effets pour l'individu comme sur le social. L'Art comme la technique influencent notre perception et nos modalités d'action sur notre environnement. En ce sens, ils sont *pharmakon*, puisque essentiellement ni bons, ni mauvais, mais peuvent « pratiquement » l'être. Cela implique une dimension réflexive importante ; malheureusement, celle-ci n'apparaît pas directement dans les *pharmakon*.

La conception de Platon peut sembler bien distante par rapport à notre problématique. Cependant, nous y décelons déjà les éléments structurels de l'institutionnalisation de la médiation culturelle. Les points sur lesquels il insiste sont évidemment en références à la logique institutionnelle dans laquelle il pensait. S'il est beaucoup plus méfiant du *thumos* que nous ne le sommes du désir – encore que cela ne soit pas si évident –, c'est parce que dans la logique institutionnelle antique, le fait politique, le fait religieux et le fait culturel se confondent ; Platon invite alors à un plus grand discernement. Il est notamment très intéressant de remarquer qu'à chaque fait, il inscrit une temporalité spécifique : le fait religieux, dont il rend compte par l'usage des mythes, est toujours conjugué au passé (mis à part le mythe de la caverne, dont la spécificité sera traitée un petit peu plus tard) ; le *thumos* apparaît comme le présent, comme une sorte de déni de passé et de futur (c'est pourquoi il peut être vecteur de courage, mais c'est aussi pourquoi il est siège de l'opinion, qui est pensée sans pensée, point d'arrêt dans la pensée, expression du désir au détriment d'un travail de contextualisation) ; le fait politique est éternel, c'est-à-dire il cherche à harmoniser les deux premiers temps dans une logique de pérennité.

Du reste, ce qu'il reproche aux tragédies consiste en ce que l'identification symbolique du fait politique et du fait religieux s'appuie non pas sur les trois temporalités, mais sur le pur registre du présent. Le corps homérique appartient trop au passé inaccessible pour le sujet de la Cité ; dès lors, il ne s'identifie qu'au *thumos*. Le *thumos* serait alors éternel, le seul horizon de pensée ; le monde ne serait qu'un perpétuel présent. La puissance publique n'est alors plus représentée, puisqu'elle ne se consacre plus à la pérennité, mais au pur ordre du présent.

Nous comprenons alors que le désir est un élément fondamental de la médiation culturelle et doit être pris en compte par la pensée politique. Mais, s'il apparaît comme un moteur, comme un élément fondamental de l'organisme social comme de la *psukhê*, il doit néanmoins être circonscrit. Le cas échéant, il phagocyte les perspectives et les réduit au pur présent, que ce soit celui de la connaissance, comme celui du politique.

ii. Walter Benjamin comme témoin de la reproduction des problèmes platoniciens à l'heure de la mécanisation moderne

L'on pourrait se demander pourquoi passer par Platon pour réfléchir sur le cinéma ; l'on pourrait se demander ce que ce philosophe pourrait nous apprendre dans un contexte qui est radicalement différent du sien. Cependant, lorsque l'on lit les analyses critiques de la modernité de Walter Benjamin, nous voyons à quel point les structures de modernisation – c'est-à-dire les évolutions techniques – posent de véritables difficultés à la structuration de la culture. Et nous retrouvons chez lui, des critiques structurellement comparables à celles de Platon. Les problématiques de Platon peuvent, précisément grâce à leur écart à nos habitudes de penser, nous permettre de prendre distance avec un certain nombre « d'évidences », et nous permettre de les engager selon une logique qui n'est peut-être pas celle qui « domine ».

En effet, tout le problème politique de l'Art et de la *mimésis* chez Platon est basé sur la même logique dialectique que celle à l'œuvre dans l'industrialisation et dans la marchandise chez Benjamin. Le problème de la marchandise, selon Benjamin, qui reprend ici Marx, consiste en sa confusion entre lisibilité et visibilité. En cela, les productions industrielles – œuvres culturelles incluses – sont *pharmakon*. La marchandise est un point d'indifférence, qui tend à cacher son processus de production, pour laisser libre la subjectivité de son usager ou spectateur. Mais, si la marchandise tend à la *fétichisation*, c'est-à-dire incite une

fantasmagorie qui n'est que répétition d'elle-même, elle est aussi *fossile*, c'est-à-dire reste visible d'un phénomène originel (même si elle tend à le cacher). Ainsi, l'éveil politique, selon Benjamin, est corrélatif d'une capacité à se représenter et à se situer vis-à-vis des coordonnées de la marchandise ; autrement dit, cela implique une distance à l'objet, afin de problématiser la relation d'objet. C'est dire si la structuration d'un marché de la culture occulte, à sa manière, les problématiques à l'œuvre dans la médiation culturelle et rejoint, d'une certaine manière, les problématiques que critiquait déjà Platon.

Les violences (symboliques aussi bien que factuelles) de *l'automatisation* (par exemple, la mécanisation des processus de production) ont une conséquence sur la manière dont l'esprit se (re)compose et, a fortiori, sur la manière dont le sujet entretient des relations avec le monde extérieur : ses capacités à se situer dans l'environnement et dans l'espace public se réduisent. Dans son travail sur Baudelaire, Benjamin évoque l'expérience moderne comme étant celle du *choc* (quasi neuronal) et il reprend de Freud la conception de la conscience comme bouclier aux stimuli traumatisants. L'expérience du sujet est coupée de la mémoire passée tant elle est close par un moi qui veille à protéger l'esprit. Il y a alors moins un parcours temporel du sujet – rendu conscient par l'activité mémorielle – qu'un permanent immédiat, dont il s'agit de se défendre.

En effet, la mécanisation implique un sectionnement de temps en séquences répétées dont nul développement n'est envisageable. Ce sectionnement de temps se trouve aisément dans la manière dont étaient rationalisées les usines, mais Benjamin en trouve aussi un équivalent structurel dans les jeux de hasard et de cartes des bourgeois – où le « coup » est l'équivalent de la pratique à l'usine. La mémoire est alors remplacées par des réactions conditionnées, des *mimétismes protecteurs*. La *mimésis* est ici moins *encapacitante* (dans le sens *d'empowerment*) que protection contre la brutalité. Dans la relation d'objet, la modernité tend le sujet à rester enraciné dans une nouvelle forme de *thumos*.

Nous retrouvons ici une réactualisation de la critique platonicienne de la mimésis : non pas critique de la reprise, de l'imitation, mais critique des effets d'acculturation (ou, plutôt, précisément de déculturation) généré par des reprises de surface, des imitations formelles. Mais, si Platon était critique quant aux affects négatifs et non rationalisables que cela pouvait généré, inversement, Benjamin y voit un étouffement de l'affect, la réduction de l'activité humaine à un rationalisme simpliste. Cela conduit à une perte d'expérience, qui empêche la perception même des problèmes et donc, a fortiori, la possibilité de se positionner face aux coordonnées de la marchandise.

Nous disions que les productions culturelles sont également *pharmakon*. En effet, l'art, suite à l'industrialisation (situation que Bernard Lamizet considère comme la troisième logique de médiation culturelle) a un rôle ambigu. La définition de l'art comme expérience sensorielle se distinguant de la réalité ne permet pas de le rendre incommensurable à la marchandise. Et, de fait, si l'art s'est si facilement constitué en marché à cette époque, c'est précisément parce qu'une bonne partie des expressions artistiques est fantasmagorique. L'exemple paradigmatique, selon Susan Buck-Morss, étant évidemment le

« Gesamtkunstwerk (œuvre d'art totale) de Richard Wagner, drame musical dans lequel poésie, musique et théâtre se combinent pour, comme le souligne Adorno, se « mélanger dans l'ivresse » (surpassant le développement inégal des sens et les réunissant). Le drame musical wagnérien submerge les sens et les fait fusionner en une « fantasmagorie consolatrice » »⁸⁴.

Mais cette problématique se retrouve également dans l'émergence des tableaux d'atmosphère, dans la multiplication des théâtres fantasmagoriques... L'insatisfaction et les violences du réel automatisé étaient compensées par la *narcotisation* du rapport au monde – ce n'est là rien d'autre qu'une nouvelle figure du *thumos*. Et, de fait, dans son *Livre des Passages*, Benjamin montre l'importante propagation des fantasmagories dans l'espace public :

- les passages parisiens, où les rangées de vitrines étalent la fantasmagorie des marchandises ;
- les panoramas et dioramas, où le spectateur est plongé dans la simulation d'un environnement total ;
- les expositions universelles, qui étendent ce principe sur des sites de la taille de petites villes.

Et, si Benjamin ne retrouve pas Platon sur la question du rapport mimésis / affect, il le rejoint sur la problématique de la dimension sociale et des effets sur l'articulation singulier / collectif : les effets sont éprouvés à la fois individuellement et collectivement, ainsi, la fantasmagorie apparaît comme une certaine forme d'objectivité et devient une norme sociale.

Tout le problème – que pointait déjà, à sa manière, Platon - est alors que cela produit de nouveaux sujets. Notamment une figure un peu particulière que Benjamin appelle le *flâneur*. Le *flâneur* est un personnage qui exprime les tensions mêmes des effets de modernisation : il est à la fois *sujet à / objet de* la marchandise, au centre des effets de fétichisation, mais également lieu d'émancipation. Personnage en marge, il exprime les

⁸⁴ Buck-Morss S., *Voir le Capital...*, op.cit., p.139

tensions propres du moderne. Et si la forme originelle, dont Benjamin trace la généalogie, a disparu, des expressions nouvelles sont apparues.

Le flâneur s'inscrit dans une idéologie assez précise, qui est une sorte de persistance de la pensée romantique : il s'agit de viser

« une réappropriation de l'espace public, avec l'assurance qu'une observation passive individuelle était suffisante pour appréhender la réalité sociale », c'est « l'expression d'un désir bourgeois, celui d'échapper à l'isolement de sa propre subjectivité par la symbolique des objets »⁸⁵.

Et si la figure originelle du *flâneur* a disparu, c'est parce que son attitude perceptive sature la société de consommation de masse. La figure du *flâneur* se radicalise et se spécialise, s'enferme. En revanche, *la forme de perception du flâneur* est préservée, voire même « démocratisée », par le caractère interchangeable des choses et des sujets, ainsi que par les gratifications purement imaginaires que nous procurent publicités et objets médiatiques⁸⁶.

Si le *flâneur*, comme figure, doit nécessairement avoir une approche réflexive de sa pratique, *la forme de perception de la flânerie* le cache. C'est en cela que la réflexion sur les modes de perception moderne de Benjamin sont relativement comparables à l'analyse critique du *pharmakon* chez Platon / Derrida.

Nous retrouvons, d'une certaine manière, les mêmes problèmes. Cependant, ils ont pris des formes différentes, ils s'inscrivent dans des cadres de perception également bien différents. Il convient de comprendre l'évolution de ces cadres de perception pour comprendre l'évolution des rapports problématiques à l'art et à l'esthétique en général (question qui n'était pas encore réellement traitée par Platon). C'est que, pour reprendre les expressions de Rancière, entre le « régime éthique de l'art » (à l'époque de Platon) et les problèmes propres au « régime politique de l'esthétique » (que problématise Benjamin), il y a eu le « régime représentatif de l'art » que traite notamment Kant. Nous devons comprendre comment se sont transformés les discours apposés sur l'art (et bientôt sur l'esthétique), les modes de perception ainsi que la manière dont on « dispose » le sujet. Nous verrons que si Kant effectue un tournant majeur dans cette histoire, le problème auquel se confronte Benjamin est le mésusage des théories kantienne. Si Kant développe une autre conception du mode de perception qui

⁸⁵ *ibid.*, p.60

⁸⁶ Nous reviendrons sur ce point lorsque nous analyserons l'impact des nouveaux médias. En effet, nous pouvons déjà donner quelques traits en disant que les NTIC rompent la nécessité de la ville pour flâner. En cela, elles contribuent à une augmentation de possibilité de flâner, mais au détriment d'un réel impact politique. D'où la mise entre guillemets de « démocratiser », puisque cela confine la portée politique de la flânerie ; il est symptomatique que cette « démocratisation » ait, pour équivalent structurel, l'échec des politiques culturelles de Malraux.

va donner une valeur au système de représentation et à l'expérience esthétique. Cependant, s'il approfondit une des dimensions problématiques pointées par Platon, il fait l'impasse sur ce que nous avons appelé le « problème de médiatisation » ; l'un dans l'autre, cela a conduit à un mésusage de ses théories qui ont abouti aux interprétations des Romantiques, qui ne font que justifier (bourgeoisement) ce que, par ailleurs, Platon critiquait.

iii. L'expérience et l'évènement comme problématique de l'esthétique chez Kant

Il est nécessaire de comprendre que si Kant propose une nouvelle manière d'envisager l'art, c'est qu'il est inscrit dans un autre régime d'art et un autre mode de perception que Platon ; il s'agit de déterminer les conditions de possibilités de cette nouvelle forme de pensée.

Il faut comprendre que Kant est inscrit dans une période que Rancière appelle le « régime représentatif de l'art » et qui considère les représentations d'une manière bien différente que Platon : il y a une première étape de « distanciation » qui est intégrée dans le rapport à l'art et à la beauté. Si l'imitation n'est plus irrémédiablement critiquée, c'est parce que l'on a intégré qu'une représentation doit avoir un certain nombre de « convenances », qu'elle répond à un certain nombre de normes (notamment des adéquations genre / sujet). Dans cette première « distance » entre l'objet et le sujet se glisse les normes sociales, et c'est moins l'expérience de sociabilité, de *philia* entre les spectateurs qui intéresse ici les penseurs (ce qui pose problème, puisqu'ils tendent à occulter cette dimension), qu'une sorte de fonction « éducative » du discours de la représentation. Il y a une sorte d'utopie de la *catharsis* qui réapparaît manifestement en ceci que le bon respect des normes (esthétiques) de la part de l'objet artistique implique une compréhension et un bon respect des normes (esthétiques et morales) du spectateur. La question des contemporains de Kant étant de pointer jusqu'à quel point peut-on considérer les représentations comme « écoles ».

Kant propose une systématisation particulièrement éclairante de ces problèmes. D'une part, il faut savoir que Kant était plurilingue, et cette capacité de traduction – que ne faisait pas Platon – lui permet d'entrevoir la complexité du rapport à soi-même ; et tout le problème de la présence à soi dans son immanence propre est refondée dans la question de *l'expérience*. Kant n'a pas refondé ce problème d'un coup : il s'inscrit dans une problématique plus large,

comprenant le politique. À la question de *l'expérience*, au niveau du singulier, Kant problématise en parallèle la problématique de *l'événement*. Si sa pensée prend cette inflexion particulière c'est parce qu'elle s'inscrit dans un contexte absolument nouveau : celui des Révolutions. Et les révolutions sont précisément une nouveauté extraordinaire dans la pensée de l'Histoire, du social et du politique : elles brisent l'éternité de la Cité, la croyance en des Idées absolues qui justifieraient définitivement l'ordre social ; tout ceci s'inscrit dans un régime d'historicité.

Entre Kant et Platon, apparaît une notion qui est absolument essentielle – et qui apparaît discrètement chez le philosophe grec : *l'esthétique*. Elle signifie aussi bien la perception des phénomènes, que la structure du jugement de goût. La révolution kantienne a consisté à rappeler l'importance de l'esthétique dans l'exercice de la Raison : nous ne pensons qu'à partir de *l'aisthesis* et, dans la troisième critique, l'esthétique (comme jugement de goût) est importante – car elle appose une signification – dans la structuration du jugement pratique (c'est-à-dire moral). L'expérience esthétique est moteur du moral et du cognitif (mais ne s'y réduit pas). Chez Kant, les débordements du désir ne sont pas néfastes en soi et à corriger : c'est plutôt signe d'une faiblesse de la Raison. C'est pourquoi la première critique encadre les débordements possibles de la connaissance et la troisième rappelle néanmoins que la dimension désirante est une condition sine qua non de toute forme de pensée (qu'elle soit cognitive, pratique ou simplement esthétique).

Nous sommes animés par le désir et ce désir, loin d'être néfaste, doit simplement être « supervisé » par la raison (du moins lorsque l'on vise des connaissances et une vie morale). Et c'est dans l'articulation au collectif – par le biais du *sens commun* – que l'expérience esthétique se sublime : au niveau singulier, l'esthétique conduit à l'expérience morale et délimite notre rapport cognitif ; au niveau collectif, l'esthétique conduit à une conception collective du commun, ce qui est une condition nécessaire du politique. Tout cela mérite un peu de précision.

Chez Kant, l'articulation des temporalités, ainsi que la question du désir, sont prégnants. C'est notamment parce que la Raison est animée par une sorte de libido, une volonté de savoir et de maîtrise, que l'œuvre critique s'ouvre sur la problématique de nos possibilités de connaissance ; et c'est dans le sentiment de sublime, qu'il va trouver le moteur de cette « libido ». La sensibilité, chez Kant, s'enrichit par rapport à la conception du *thumos* chez Platon, puisqu'elle articule à la fois l'esthétique et la logique, sans que l'un soit

privilegié au détriment de l'autre. Ainsi, le plaisir esthétique ne procède pas seulement du *thumos*, mais également de l'articulation des facultés, dans le mouvement de la réflexion. Le savoir, la perception et la pensée morale et politique sont séparées chez Kant, mais en relation d'interdépendances ; de plus, ce lien qui tisse en sibyllin s'explique du fait qu'il s'agit de trois types de configuration de l'entendement, de la raison et de la sensibilité.

Pareille conception, que l'on retrouve également dans *l'Essai sur le Goût* de Montesquieu, s'inscrit dans une logique où l'on ne trouve pas de manière évidente un idéal régulateur social et culturel. On ne croit plus nécessairement en l'Idée de Dieu, mais cela n'empêche pas le besoin d'un Idéal régulateur ; c'est en fonction de cet Idéal que les sujets participent de la sociabilité. Il s'agit, en quelque sorte, de structurer une relation symbolique à partir de la donnée imaginaire qu'est l'Idée, c'est-à-dire une pensée qui ne peut pas être une connaissance (puisque non présentable). Or cet Idéal peut être parfois symboliquement représenté par des objets. Si l'intellect est prégnant, c'est parce qu'il y a une importance essentielle de l'intersubjectivité ; la prise en compte de l'esthétique devient une problématique de la téléologie de l'Homme⁸⁷.

C'est pourquoi le jugement de goût est à la fois le fruit d'associations subjectives et objectives. C'est en cela qu'elle permet (par l'objectivité, c'est-à-dire une relative distanciation) de tisser des liens symboliques avec les autres sujets et, en même temps, (par la subjectivité) assurer la spécificité et l'autonomie d'un sujet. En effet, dans la relation esthétique, il s'agit de considérer les particularités comme toujours particulières, tout en opérant un *élargissement* de l'objet et du sujet vers un universel.

Ceci se justifie sur un principe nécessaire : le jugement de goût est un processus émergent d'un accord libre et contingent de l'imagination et de l'entendement. Cet accord fonctionne comme une trace symbolique, comme un début de réalisation des Idées de la Raison qui, pour être « présentées », doivent réaliser la réconciliation parfaite du sensible et de l'intelligible. C'est parce que le jugement est un processus contingent qu'il permet d'envisager l'Idée de système : il n'apparaît pas comme déterminé par une volonté. Cette volonté n'en n'est pas moins satisfaite : « *ce qui plaît, c'est que le réel vienne sans notre intervention satisfaire des exigences toutes subjectives* »⁸⁸.

⁸⁷ C'est là toute la différence que nous pointerons entre l'historicité chez Kant, et l'historicité chez les posthégéliens : le premier est encore animé par une téléologie, là où les seconds ne considèrent plus que des contingences, des situations dominées par l'arbitraire impliquant un travail de reconnaissance réciproque

⁸⁸ Ferry L., *Homo Aestheticus, L'invention du goût à l'âge démocratique*, Paris, Grasset, 1990

Cet objet contingent nous apparaît comme beau suite à un accord libre et non réglé de l'imagination, qui est structurée comme l'entendement. Il n'y a pas médiation d'un concept, mais l'imagination opère comme si il y avait une règle implicite. Cependant, cette règle n'existe que dans le *regard* du sujet (et parce que celui-ci se dispose à établir cette règle); elle est donc *indéterminée*. C'est seulement un accord intersubjectif qui peut lui donner une détermination « commune » à la communauté de *regard*. Au final, le principe de la *réflexion* consiste à atteindre cette détermination commune qu'est l'horizon d'attente indéterminée, qui est un universel. Toute la *réflexion* consiste à partir de différents particuliers (l'objet et le sujet) pour atteindre un universel.

Si l'objet est « élargi » par le sujet - puisque ce dernier y voit une règle implicite -, le sujet lui-même doit « s'élargir » pour atteindre le *sens commun*. Cela implique de prendre en compte les modes de représentation de tout homme et de rattacher son jugement à ces modes. Il s'agit de « *penser en se mettant à la place de tout homme* »⁸⁹. Cependant, cela implique également un rapport particulier à l'œuvre. En effet, Kant distingue le *sentiment* de la *sympathie* :

« *cette propriété qu'a l'Homme de ne pouvoir juger le particulier que dans l'universel est le sentiment. La sympathie en est tout à fait distincte : elle ne concerne que le particulier, même s'il s'agit du particulier en autrui* »⁹⁰.

Dans la *sympathie*, au mieux, nous nous posons à la place des autres, mais jamais nous ne visons l'Idée ; autrement dit, nous nous satisfaisons *d'affinités électives*, mais nous ne cherchons pas ce qu'exprime cette affinité. Nous voyons ici le fossé qui sépare Kant de Platon : ce dernier ne voyait que de la *sympathie* dans l'ordre artistique, et c'était alors au législateur de le circonscrire afin d'y rappeler la nécessité du sentiment de commun ; chez Kant, c'est au sein même du sujet qu'une pareille opération peut et devrait s'effectuer. Il convient néanmoins de rappeler que les modes de perception n'étaient pas les mêmes : les contemporains de Platon « participaient » de l'événement artistique et culturel, là où les contemporains de Kant n'en sont que spectateurs ; la disposition du sujet diffère grandement en ceci que le spectateur est déjà « séparé » de l'objet.

Il est important de préciser à quel point Kant pose ici un problème majeur que l'on doit absolument prendre en compte dans une compréhension de la médiation culturelle : il n'y a vraiment relation esthétique, relation esthétique « pleine », que lorsqu'il y a *discussion*, donc lorsqu'il y a une *critique*. Il s'agit de déterminer en commun, une Idée, sans la médiation

⁸⁹ Kant E., *Critique de la faculté de juger*, op.cit. §40

⁹⁰ *ibid.*

d'un concept – c'est-à-dire, dans une certaine forme de négociation. Ceci s'opère au sein de l'Espace public, qui est un espace intersubjectif de libre discussion non médiée par une règle.

La Culture est un référent, une Idée, un Idéal que l'on vise par le *sens commun*. Il faut bien comprendre que ce que Kant entend par universel qui, dans le cas du *jugement réfléchissant* de la critique du goût, est incommensurable avec celle du *jugement déterminant* de la connaissance. Le rapport de l'universel au particulier, dans le rapport théorique, est impérieux ; le concept apparaît comme un critère absolu qui permet de trancher. La médiation cognitive passe nécessairement par des concepts, quand bien même on les dispute. Inversement, le rapport esthétique n'a pas de critère absolu. L'objet nous permet d'émettre l'hypothèse, par le consensus qu'il implique, qu'il y a une Idée de la Raison. Le critère est simplement empirique – ainsi, on ne doit pas nécessairement (c'est-à-dire obligatoirement) y adhérer -. Le *sens commun* n'est qu'une trace symbolique d'une Idée.

Mais la symbolisation du *sens commun* empirique qu'implique le beau est beaucoup plus délicate dans le cas de l'expérience du sublime. Le Beau s'inscrit dans une sorte de présentation : l'objet nous conduit à unir le sensible (les particuliers) à l'intelligible (l'universel). Il suffit de s'accorder sur la reconnaissance de l'objet et y percevoir une possible Idée régulatrice. Le sublime est, à proprement parler, imprésentable ; il n'y a rien d'objectif qui y soit présent. Mais loin de dénier cet objet qui, précisément, échappe à la représentation, Kant trouve dans cette expérience l'expression même du cadre de notre Raison et de ses possibilités. En effet, le sublime caractérise un objet de la nature qui prépare l'esprit à penser l'impossibilité d'atteindre la nature comme présentation des Idées.

L'expérience sublime se trame d'abord par la négative : l'imagination n'arrive pas à comprendre, n'arrive pas à rassembler en une seule intuition, l'Idée d'un Tout qui serait présenté. Contrairement au Beau – où le mouvement est dans l'objet et dans les Idées -, le sublime est dans le mouvement vain de l'imagination. Le sujet fait alors l'expérience d'un phénomène qui, pour être compris par l'imagination, devrait surplomber l'espace et le temps⁹¹.

Mais l'expérience du sublime ne se résume pas à ce déplaisir de l'échec de l'imagination : bien au contraire, la raison y est encore plus satisfaite. La raison arrive à pressentir un événement qui n'est pas présentable. La Raison perçoit, en quelque sorte, une autre totalité que la Nature (et ses logiques phénoménales) sur lequel elle agit directement. Le plaisir du

⁹¹ *ibid.*, §25

sublime procède du fait de remarquer que nous sommes, certes, esthétiquement fermés dans nos limites, mais que rationnellement, nous pouvons les transcender⁹². C'est, en quelque sorte, une expérience de la liberté de l'Homme, c'est-à-dire de sa distance émancipatrice de l'ordre des phénomènes mondains. Notre liberté trouve son expression dans le système des Idées que nous visons perpétuellement. Ainsi, l'expérience du sublime illustre la nécessité d'élaboration du *sens commun* que nous pratiquons dans l'expérience du beau. Autrement dit, l'expérience du sublime radicalise la distanciation symbolique (et sa nécessité).

Dès lors que Kant a bien pris soin de distinguer l'expérience esthétique du simple plaisir lié à la perception – c'est-à-dire *l'agréable* –, l'expérience esthétique concerne tout être raisonnable – nous voyons un glissement avec la pensée Grecque : si les Grecs catégorisaient par la *parole*, Kant sépare par les possibles activités réflexives. Et l'expérience esthétique appelle à relier la *finitude radicale* à *l'exigence pratique de la dignité du moi*, ce qui est l'équivalent structurel de l'expérience du sublime. Si Kant insiste sur ce point, c'est parce qu'il ne faut pas dénouer le lien entre l'éthique et la temporalité.

En effet, si chaque sphère apparaît comme relativement autonome, il faut néanmoins conserver un lien entre elles : ainsi les Idées de la raison théorique et celles de la raison pratique conservent un lien symbolique avec l'esthétique, c'est-à-dire avec la sensibilité et la temporalité (qui sont des marques de finitude).

Nous sommes ici dans le cadre du deuxième paradigme institutionnel de médiation culturelle, où la question du fait culturel est transférée à la question de l'ordre naturel (la Nature apparaissant pour les philosophes du XVIIIe siècle comme l'équivalent contemporain du réel, à la différence près que nous considérons celui-ci comme inassignable) et où « *la culture devient affaire pleinement politique, au sens où elle est là pour signifier la souveraineté de celui qui la met en œuvre* »⁹³. La stratégie de Kant, par rapport à Platon, est d'éviter à tout prix de faire une connexion directe entre le politique et l'esthétique (et artistique). Cela ne signifie pas que cela soit inexistant dans ses théories ; bien au contraire. C'est une question stratégique chez Kant – et que l'on retrouve d'ailleurs dans sa manière d'entrevoir la révolution- : il s'agit de laisser une relative autonomie à l'art dans l'espace public, à l'image de l'autonomie qu'il appelle de l'usage de la Raison, les deux ne concernant qu'un cercle discret de personnes, lesquelles n'appartiennent pas nécessaire au même espace politique.

⁹² *ibid.*, §27

⁹³ Lamizet B., *La médiation culturelle*, op.cit., p.22

Les exemples que donne Kant sont essentiellement celles des limites de l'imagination à saisir des grandeurs spatiales : grandeur dans la Nature, grandeur architecturale (Saint Pierre à Rome, Pyramides), sublime mathématique. Ils montrent les limites de l'absolument grand subjectif. Cependant, cet absolument grand subjectif n'a rien de comparable avec l'absolument grand rationnel. Kant démontre que dans l'évaluation esthétique d'un ensemble incommensurable, le sublime est moins dans la grandeur que dans le fait que nous pouvons avancer avec des unités de plus en plus grandes. Notre propre finitude devient un élément de comparaison qui, par progression, nous permet d'envisager (sans jamais percevoir) l'infini. Mais qu'en est-il lorsque l'on doit se porter sur les limites esthétique de la temporalité ? La réponse ne se trouve pas dans la troisième critique, mais plutôt dans ses réflexions sur la Révolution, c'est-à-dire dans sa réflexion sur ce qui constitue un *événement*.

La révolution comme *événement*, c'est la disposition subjective à l'enthousiasme que cet événement déclenche et cet enthousiasme atteste des possibilités d'autonomie et d'autoélaboration du sujet. Il s'agirait du mode de subjectivation moderne, dont le pendant spéculaire serait le *spleen* de Baudelaire. Ce qui importe cependant, n'est pas tant le contenu de la révolution, son devenir du point de vue des acteurs, mais principalement son statut de signe, de spectacle révélateur de ce potentiel d'autonomie propre au genre humain (le « progrès »). Le processus de *l'Aufklärung* est précisément achevé et continué par la révolution. Être moderne, c'est assumer la question posée par les Lumières et la Révolution, mais dans un décalage insurmontable à l'action, en tant que spectateur, certes en empathie mais également totalement à l'écart de l'événement⁹⁴. Kant a toujours été ferme dans ses convictions, mais stratégiquement très discret. Cela se retrouve dans l'appel à l'usage public de la Raison, dans *Qu'est-ce que les Lumières ?*, où cet usage est moins directement inscrit dans l'espace public, qu'il n'est possibilité de constituer une communauté de lectorat. Dans cette mesure, ce n'est pas l'ensemble des sujets de l'espace public qui profitent immédiatement de cette médiation, mais des sujets qui font preuve de capacité réflexive (voire intellectuelle). Il s'agit d'éclairer des individus, non de mener le peuple à la révolte.

La difficulté de reprendre totalement la conception kantienne consiste en ce que si elle s'affirme convenablement comme subjective, elle apparaît comme trop séparée du développement objectif révolutionnaire – et ainsi de surcroît pour l'articulation de l'esthétique au politique : la conscience observatrice à la Kant oublie le « toujours-déjà » de la trame des

⁹⁴ Kouvélakis E., *Philosophie et révolution. De Kant à Marx*, PUF, Paris, 2003

décisions quotidiennes dans lesquelles est prise la subjectivité : en dissociant contenu et forme de l'événement, elle se condamne à osciller entre enthousiasme à distance et indifférence esthétique vis-à-vis des affaires du monde.

Cette rupture apparaît alors hautement problématique dans les développements ultérieurs de la modernité. À veiller de laisser un écart stratégique entre esthétique et politique, la théorie kantienne n'a pas pris en compte l'importance des faits esthétiques sur le politique et réciproque. Sa conception du *sujet transcendantal* – bien qu'elle implique nécessairement la communauté – a conduit ultérieurement à des interprétations de *sujet totalisant* ; interprétations qui se révélaient, par ailleurs, extrêmement problématiques puisqu'elles n'avaient plus aucune place au sein d'une culture industrialisée et automatisée (c'est-à-dire une culture où l'Homme délègue de son pouvoir). Ainsi, à partir des problématiques théoriques que ses successeurs ont rencontrées – ce dont on va parler maintenant –, il est apparu une dégénérescence progressive de la téléologie de l'Homme, ainsi qu'une *dégénérescence du sens commun*, qui sont pourtant les fondations sur lesquelles se fonde la théorie kantienne.

De même, si Kant défend la liberté d'un lectorat, il ne prend pas en compte ce que nous appelons le « problème de la médiatisation ». Or, précisément, les développements des commerces de culture, l'automatisation des modes de reproduction d'objets d'art, vont tendre vers une logique de diffusion qui occulte totalement la problématique de réflexivité. Et, ce que va pointer Benjamin est la corrélation entre les problématiques « médiatiques », et les *dégénérescences du sens commun* qui laissent accroire à un sujet total (là où le sujet doit être négociateur, « échangiste »).

iv. Aux sources de la problématiques de Benjamin : usages et mésusages de l'esthétique de Kant

Le problème que nous pose les théories de Platon et de Kant est qu'elles ne prennent pas nécessairement en compte la difficulté d'accéder à la culture. Pour le dire autrement, elles posent le rapport à l'art comme un rapport immédiat ; Platon invite le législateur à composer cette immédiateté et Kant invite, a posteriori, à une activité réflexive. En effet, chez Platon, comme chez Kant, l'approche critique considère déjà le sujet comme inscrit dans la culture. Il s'agit alors pour eux d'envisager les procédures les plus pertinentes. Mais qu'en est-il lorsque l'accès à la culture est affaire de commerce ?

En-deçà des problèmes mêmes des accès monnayables à la culture, Benjamin « découvre » un nouvel angle problématique : le rapport à l'œuvre est nécessairement médiaté. Cela pose autrement le problème de « disposition » du sujet dans la relation esthétique, dans les jeux de sociabilité, et donc, en dernière instance, cela pose la question de son *droit*.

La question du droit n'est alors plus tant dans la manière d'interpréter les phénomènes culturels que, déjà d'y avoir accès. De plus, le sujet, muni de différentes techniques, inscrit dans une logique institutionnelle, ne se place pas en surplomb du monde ; il faut, au contraire, nous seulement contrôler les éléments du monde, mais également s'appropriier les différentes institutions. Cela se retrouve notamment dans la difficulté d'articuler l'expérience, le désir et la temporalité du sujet avec l'expression du pouvoir, de la sociabilité et de la temporalité sociale. En ce sens, les questions de Benjamin apparaissent comme une poursuite pertinente des enjeux susmentionnés, avec l'introjection des théories de Marx et de Hegel.

De même, si chez Kant la communication est directe parce que non médiée par un concept, il est apparu aux postkantians que précisément l'autonomie de l'art implique un certain nombre d'effets d'institutionnalisation et donc de réglementations.

Cette problématique a été engagée par Walter Benjamin, qui a précisément pointé le problème de l'articulation de l'expérience du spectateur dans la temporalité sociale. En effet, si la médiation culturelle constitue un *événement* et ponctue ainsi la temporalité sociale, *l'événementialité* concerne bien souvent l'individu et non pas la singularité. Or l'individualité n'est pas la même chose que la singularité ; la seconde correspond plus précisément au sujet, c'est-à-dire à un être hétéronome, tandis que *l'individu* implique un ensemble de soi accomplis, continus et stables. Autrement dit, Benjamin défend une conception du sujet qui se définit par un jeu de relation, qui est identifié de manière dialectique – en relation avec les autres sujets, avec l'espace public -, là où nombre de postkantians imaginent un individu, c'est-à-dire un sujet totalement autotélique. Son travail, en quelque sorte, est une lutte contre l'idéologie « dominante » de la bourgeoisie qui croit en l'individu ; cela passe par une refonte de leur théorie.

Nous avons déjà rencontré ce problème de la *singularité* chez Platon et chez Kant. Ce dernier a d'abord limité la notion d'esthétique avant de l'ouvrir au jugement de goût. C'est que son parcours problématique recèle de la question de la relation entre l'universel et le singulier. Or, la structure de toute construction sociale, comme le savoir, le jugement moral et le jugement de goût, est relationnelle. Chaque changement – du savoir, moral et esthétique - pose la question de l'héritage, du nouveau et de l'ancien. Benjamin a précisément travaillé à

une époque charnière des médias en y entrevoyant une critique plus globale des rapports politiques ainsi que de la structure de la culture.

En effet, la structuration de la Culture au tournant du XIXe siècle a des déterminations bien différentes de celle qu'a connu Kant. La culture et l'art sont devenus des marchés et constituent une véritable activité économique. C'est d'ailleurs pourquoi Benjamin ne peut pas suivre la proposition de Marx considérant l'art comme simple produit de la superstructure et de l'idéologie. La structuration même du marché de l'art illustre à quel point art et commerce entretiennent un rapport dialectique, et non pas causal. Et, en dernier point, Benjamin prend en compte les nouvelles formes d'expression artistique, qu'elles soient poétiques, architecturales, plastiques ainsi que cinématographique. Or, ces nouvelles expressions ne peuvent absolument pas s'inscrire dans la logique de la critique kantienne : parce qu'elles problématisent directement la question de la médiatisation, elles conduisent à une redéfinition du sujet, de l'œuvre, de la culture et du *sens commun*.

Le problème de l'émergence de média, pointé par Benjamin, consiste en l'opacité de la tension entre individu et sujet au sein du même être et du social. Cette opacité se retrouve notamment dans la difficile articulation entre temporalité sociale et celle de la mémoire. De fait, l'accumulation même des dispositifs de jugements, des systèmes de catégorisation de plus en plus complexes, ainsi que *l'événementialisation* des sorties de certains films, ainsi que leurs contenus, tendent à concerner des individualités plus que des singularités. Inversement, la singularité est, en soi, *événement*. Mais cet événement est à comprendre comme ce qui est constitué par la répétition tout en la dépassant en même temps. C'est qu'ici nous parlons de la singularité du rapport à l'œuvre. Pour le dire autrement, le sujet est à la fois défini par les normes, mais, puisque ces normes sont en constante interprétation et négociation, le sujet a une relative idiosyncrasie, une sorte de « marge de manœuvre » qui a aussi une incidence sur les normes. Et ce qui est ici un constat des relations de pouvoirs et de censure, peut être expérimenté dans les expériences esthétiques et artistiques.

Ainsi, comprendre Benjamin implique de saisir ce contre quoi il développe sa théorie. Celle-ci s'établit sur le constat de l'échec historique des théories héritant plus ou moins directement du platonisme et de celles héritant plus ou moins directement du kantisme. Cet échec historique est particulièrement manifeste dans les théories de l'Art du XIXeme siècle – et si nous prenons la peine de faire un détour sur ces échecs, ce n'est pas tant par souci

d'exégèse que parce que le XXème siècle est encore embourbé dans ces problématiques⁹⁵. En effet, nous avons affaire à deux formes de détermination de la pratique esthétique : dans l'héritage platonicien, il y aurait le *spectre de la répétition* – où l'art est une pure expression sans création d'une affectivité et qui ne parvient pas à être une forme communicable -, dans l'héritage kanto-hégélien, celui de la *fin de l'Art* – où l'Art est une simple réaction à un discours déconnecté de l'expérience.. Le second se retrouve particulièrement chez Fichte, Schelling et, évidemment Hegel ; le premier, chez Goethe.

Il ne s'agit pas pour autant de rejeter en bloc les notions et concepts platoniciens et kantien, mais de les reformuler dans une logique de production de signification et de les inscrire dans le cadre problématique de la modernisation. Nous reprendrons, à ce titre, ces articulations de la thèse de doctorat de Benjamin, ainsi que de son fameux article sur l'œuvre d'art à l'heure de sa reproductibilité technique, des passages parisiens, de la modernité et de ses analyses du médium photographique.

Il s'agit à la fois d'une refonte radicale des apports de la critique kantienne – en recentrant les questions non plus sur l'objectivité de l'objet, mais sur la signifiante de sa perception qui est située – et d'une critique de l'approche romantique de l'art – qui oublie que la perception est située. En effet, les romantiques allemands ont semblé résoudre ce problème en reprenant le sujet transcendantal comme un Ego transcendantal, individu, égal à lui-même et émancipé de toute forme de contingence. Bien au contraire, les sources mêmes de notre condition sceptique, sont basées sur le constat d'une ipséité absolue du sujet, comme de l'objet, qui empêchent de les concevoir (ou, ne serait-ce que de les approcher) comme individus, mais plutôt comme singularités, comme processus en perpétuel mouvement. Ainsi, à la question de la redéfinition de l'esthétique s'adjoint inmanquablement une redéfinition du sujet et du politique.

Selon Benjamin, nous avons immédiatement un problème pratique (c'est-à-dire moral) puisque nous sommes situés ; de même, nous ne pouvons faire l'impasse sur la dimension problématique de *l'aïsthésis* – c'est-à-dire de l'appréhension et de l'interprétation des phénomènes – puisque celle-ci est la base même de notre condition sceptique. Chez Benjamin, qui poursuit ici Kant, la question du *droit de regard* ne s'appuie pas tant sur des objets que sur le processus même de perception et d'action ; le *droit de regard* est avant tout un problème *d'aïsthésis*, dont l'expérience artistique rend compte de manière indirecte.

⁹⁵ Nous le verrons notamment dans la deuxième partie, lorsqu'il s'agira de voir la structuration délicate de la pratique cinématographique. Nous rejoignons ici les propos d'Élise Derroitte, in. Derroitte E., « La critique comme théorie de la créativité chez Walter Benjamin », <http://www.raison-publique.fr/article420.html>, consulté le 03 avril 2011

L'objet de la théorie de Benjamin consistera notamment à préciser la double médiation à l'œuvre dans le rapport à tout objet d'art (voire à tout objet culturel) : il y a des relations objet/sujet et des relations objet / support. La « marge » qui constitue l'identité du sujet dans sa relation aux normes se retrouve aussi dans l'espace d'interprétation de l'objet, ainsi que dans la négociation entre le discours artistique et son support.

Le problème ne se situe alors pas tant sur l'objectivité de l'œuvre que sur la nature de la relation que l'on entretient avec cet objet ; là où Kant établissait une négociation objective/subjective, Benjamin pose le problème « antérieur » d'établir les conditions de possibilités de l'expérience sensible et subjective (et en quoi celles-ci engagent d'une certaine manière une certaine objectivation). La question esthétique ne saurait faire l'économie d'une question d'éthique et d'une problématisation de la manière dont on « dispose » l'objet et son spectateur ; cela précisément parce que le rapport à l'œuvre d'art implique très directement *l'aisthesis*.

La situation moderne est précisément une *an-esthésie* du sujet : il y a un appauvrissement sensoriel urbain, artistique et médiatique, mais cela exprime également le dénominateur commun d'un ensemble de pratiques sociales parallèles aux altérations de la psyché provoquées par les chocs propres de la vie moderne. Pareille situation rend impossible de soutenir encore l'interprétation que les Romantiques ont eu de Kant, ainsi que leur conception de l'*Ego transcendental* – c'est-à-dire un sujet « total » et clos. La thèse de doctorat de Benjamin a notamment consisté à faire pareille critique. Il vise, a contrario, à réarticuler l'esthétique au politique. Cela se manifeste de manière plus précise à travers ses réflexions sur le langage, sur la traduction et, évidemment dans son travail sur l'art.

Pareille articulation implique d'une part une redéfinition de l'esthétique bien plus proche de son étymologie – *aisthesis* – et de concevoir le politique comme dénonciation et cessation de l'aliénation de la perception – et indirectement de la compréhension – des phénomènes du monde et des productions sociales.

Ainsi, comme nous l'avons déjà évoqué, la question de la *mimésis* prend par exemple une tournure particulière chez Benjamin : il ne s'agit plus du tout d'une problématique de représentation, mais, très précisément d'une problématique pratique (là où Platon était encore ambigu). L'approche classique et romantique s'inscrit dans l'analyse de la représentation : l'on problématise alors l'articulation entre la production, la réception, avec, comme référentiel, l'objectivité de l'œuvre. Or, l'objectivité d'une œuvre est une chose non seulement inatteignable selon Benjamin, mais surtout n'apparaît pas comme principale

problématique. Ce sont plutôt les changements perceptifs qui l'intéresse ; cela comprend, entre autres, la manière dont un média modifie notre perception du monde. Les arts se caractérisent alors historiquement.

Dans les théories modernes, dont font partie aussi bien Kant que les Romantiques, l'esthétique est, inversement, reliée au motif de l'autogenèse, c'est-à-dire basée sur l'illusion narcissique d'un contrôle total.

« Le fait d'imaginer quelque chose qui n'est pas se meut en un fantasme, celui d'une (re)création planifiée du monde (un degré de contrôle improbable). (...) Ce mythe de l'imagination créatrice a pu causer des effets salutaires, puisqu'il est intimement lié à l'idée de liberté dans l'histoire de l'Occident »⁹⁶.

Mais cela implique un être quasiment imperméable aux sens. Du reste, c'est ce que Benjamin reproche à ses prédécesseurs, et c'est ce que l'on peut regretter de nombreux développements théoriques sur l'art au XXème siècle, où la dimension sociologique et analytique ont primé sur l'esthétique, réduisant alors le rapport de l'œuvre d'art et la définition de cette relation à des effets systémiques, organisationnels et institutionnels.

L'Aufklärung était alors fascinée par la guerre et par la révolution en ce que ces événements ont une capacité toute humaine de modeler la réalité. L'idéal inatteignable de Kant n'est jamais que le rêve d'une absolue *autogenèse* – c'est cela le caractère utopique de la téléologie de l'Homme que les posthégéliens ne peuvent plus envisager : il est d'ailleurs manifeste que, dans sa deuxième critique, le sens moral n'est pas contaminé par les sens.

Benjamin écrit à une époque où la mécanisation, loin de contribuer à une plus grande puissance de l'Homme, apparaît comme une « seconde nature », bien plus violente que la première, parce qu'apportant avec elle toutes les désillusions de *l'autogenèse* et des théories libertaires. De même, il devient alors inenvisageable de maintenir l'idéologie de l'esthétique consistant à apposer l'idéologie du progrès sur les manifestations artistiques.

Cela implique, nous l'avons compris, une refonte de la définition de sujet, d'évènements et de la culture et notamment une relecture de Kant, en-deçà et par-delà les interprétations qu'en ont fait les Romantiques allemands⁹⁷. La thèse de doctorat de Benjamin a porté sur « le concept de critique esthétique dans le romantisme allemand »⁹⁸ ; elle est intéressante dans la manière dont Benjamin montre les difficultés d'une lecture, au XXe siècle, des thématiques

⁹⁶ Buck-Morss S., *Voir le Capital...*, op.cit., p.120

⁹⁷ Nous reprendrons plus particulièrement et très largement l'intervention suivante :

Weber S., « Medium, Reflexivity and the Economy of the Self », Conférence au MIMMOC, 20 décembre 2007

⁹⁸ Benjamin W., *Le concept de critique...*, op.cit.

dix-neuviémistes du sujet autonome, autotélique et dépourvu de sensorialité. Ce travail critique est d'autant plus intéressant et important que ces thématiques dix-neuviémistes constituent en quelque sorte « l'idéologie dominante ».

Nous allons développer dans quelques pages la problématique de l'héritage Kantohégélien ; mais, il est important de souligner, à grands traits, le problème de l'héritage platonicien que l'on retrouve chez Goethe et, plus globalement, dans le drame du baroque allemand⁹⁹. Le baroque allemand est l'expression de la situation du sujet qui est théorisé par Goethe : il s'agit d'une logique de répétition, qui an-historise la création puisque, par définition, elle ne sait pas dépasser les échecs antérieurs, déniait alors toute forme d'altérisation du monde. L'on voit bien à quel point il s'agit d'une interprétation hâtive des conclusions platoniciennes quant au mimétisme et à quel point le sens de la tragédie, telle que conçue par les grecs, est ici confinée dans un raisonnement fallacieux. Cavell nommerait ce cas de figure un « déni de notre condition sceptique », c'est-à-dire un déni de notre rapport problématique au langage (qui nous fait craindre les limites liées à la condition expressive de l'individu) et un véritable retrait du monde. Le sujet est alors dans l'incapacité de critiquer l'œuvre, puisqu'elle apparaît comme idiosyncrasie, comme trace d'un geste résolument subjectif¹⁰⁰.

La posture impuissante du spectateur a son pendant spéculaire dans la structure du drame baroque allemand. En effet, les caractéristiques de ce mouvement sont l'incapacité d'agir des protagonistes, qui sont alors restreints dans l'affectivité de la mélancolie.

« Cette dépotentiation des acteurs, c'est-à-dire l'opération qui décrit l'incapacité des acteurs à trouver une finalité partageable à leur action, est fondée sur une structure double de la croyance des protagonistes eux-mêmes. La première forme de croyance est la croyance en la fixité des modes de représentations dans les formes contemporaines, c'est-à-dire l'idée (proche de l'esthétique goethéenne) que la réalité est uniquement la manifestation d'un nombre limité de teneurs de vérité qu'elle ne peut

⁹⁹ Il est important de souligner qu'il ne s'agit pas d'un néo-platonisme. L'approche de Goethe est mise en relation au platonisme en ce qu'elle s'inscrit dans l'héritage judéo-chrétien qui a été particulièrement influencé par Platon.

¹⁰⁰ Il est, à ce titre, étonnant de voir à quel point bon nombre de théories de la réception sont inscrites dans cette logique, renversant le pouvoir non plus au niveau du créateur, mais au niveau du « récepteur ». Mais, si le pouvoir glisse de l'un à l'autre, la logique dialectique reste toujours la même.

L'on pourrait citer beaucoup de théories, mais la plus caractéristiques de ce mouvement – et qui a engendré une approche du postmoderne relativement stérile – est le livre de Stanley Fish, *Quand lire c'est faire*. L'autorité des communautés interprétatives, Les prairies ordinaires, Paris, 2007. Sa première édition date de 1980, c'est-à-dire lorsque la notion de postmodernité commence à être largement employée.

Si la première lecture laisse à penser à une radicalisation de la critique telle que l'entend Benjamin – dont nous dirons quelques mots dans les pages suivantes –, sa dimension politique est tellement restrictive que nous avons finalement affaire à ce que Benjamin critique vis-à-vis de Goethe.

que représenter. La seconde forme de croyance est caractérisée par l'absence de réflexivité des acteurs sur leur pouvoir de renoncer à cette première forme de croyance »¹⁰¹.

Cette structure s'enracine dans l'intériorisation de l'impuissance face à une structure historique qui semble prédominée – c'est là un vaste mouvement de censure et d'introjection de normes que Benjamin va critiquer tout au long de son oeuvre. Tout sujet, en tant qu'il apparaît comme irrémédiablement passif, est inscrit dans la logique judéo-chrétienne de la faute. Tout cela structurant le principe même de *répétition*. C'est l'écueil même qui consiste en trois points. D'une part, cela consiste à dénier le potentiel d'action et de pensée du sujet au sein de la multitude. De plus, en renforcement de ce principe, l'on met en exergue le misérabilisme du sujet en tant qu'individu ne pouvant contenir la totalité en son sein. Enfin, par effet de syllogisme, l'on pose le même problème pour la communauté de sujets.

Cette structure modifie radicalement la perception du monde et fragilise d'autant plus le sujet qu'il est, entre temps, inscrit dans un processus de modernisation particulièrement violente et mécanisé. Or, face au développement des machines, face à leurs rigidités et à leurs perfections vis-à-vis desquelles le corps humain doit s'adapter, au risque d'être fragmenté, pareille intériorisation de l'impuissance trouve son pendant spéculaire dans la marchandise dont la *fantasmagorie*, selon Adorno,

« est un reflet de la subjectivité en ce qu'elle lui montre le produit de son propre travail, sans que le travail soit identifiable », ainsi « impuissant, le rêveur rencontre sa propre image »¹⁰².

Cette idéologie sert d'ancrage à toute une culture visuelle qui relie l'art et la marchandise sur un seul et même registre fantasmagorique : une illusion de totalité, comme contrepartie des effets systématiques de l'usine.

Il y a deux opérations qui sont nécessaires, selon Benjamin, pour sortir de ce régime de croyance. D'une part, il faut se défaire de la croyance en l'absence d'une forme de déterminabilité de la norme ; d'autre part, il s'agit de se défaire de l'impuissance du sujet et, au contraire, de reconstruire le potentiel généré par le collectif.

Benjamin prend également ses distances, par rapport aux conceptions dix-neuviémistes qui semblent avoir occulté la question du *sens commun* au profit de l'exergue d'un soi absolu. Autrement dit, contre la dépointiation des sujets, il faut réinscrire l'expérience dans un espace esthétique et politique ; il faut faire la critique de la totalisation du sujet pour, au contraire, resituer son expérience dans un espace et un temps donné. Pour

¹⁰¹ Derroitte E., op.cit.

¹⁰² Adorno, *Essai sur Wagner*, cité in. Buck-Morss S., op.cit.

comprendre le système de pensée dont il doit faire la critique, Benjamin le caractérise à travers un concept particulièrement important : celui de *medium*¹⁰³.

Il a déjà introduit ce concept alors qu'il analysait le langage. Dans cette étude, le *médium* était alors un processus qui ne communiquait et n'exprimait rien d'autre que lui-même. Le *médium* n'est pas instrumentalisé en soi, ni n'est une médiation ; sa fonction est de se communiquer lui-même, sans médiation. Chaque langue communique elle-même et d'elle-même. Autre manière de ne pas restreindre le langage à un outil de communication, mais, au contraire, de pointer son caractère de système de représentation qui, de surcroît, contingente la perception et l'expression.

Le *médium de réflexion* – qui est le concept fondamental du système de pensée des Romantiques allemands - est un effort théorique pour décrire le processus de reconnaissance simple du différent comme condition de notre propre capacité à distinguer . Seulement, chez les Romantiques (et un peu chez Benjamin dans sa thèse) cette distinction dépend de la réflexion comme fonction de soi, et cela limite considérablement la portée et la vision et la signifiante du médium de réflexion ; comme si la réflexion en trouvait son achèvement qu'en elle-même, qu'en son « emplissement ». La *réflexion* apparaît alors comme identique à elle-même et autocontenante. Comment comprendre alors les effets de censure, les incidences de l'idéologie ? Comment même pourrait-on encore envisager un *sens commun* ?

C'est que les Romantiques ont justement oublié la question du sens commun, on oublié la circonscription de l'activité réflexive. C'est pourquoi, dans sa lecture, Benjamin introduit une distinction importante entre *médiation* et *médialité* du *médium*. La *médialité* a ceci de comparable à la *réflexion* chez les romantiques allemands qu'il s'agit d'une sorte de capacité autoréflexive. En effet, la *réflexion* est la relation de la pensée à elle-même et elle est donc la relation la plus proche du penser en général, le reste n'en est que des extensions. De même, le langage a une capacité autoréflexive (*médialité*) et une incidence sur la perception (*médiation*). Sauf que, à la très grande différence des Romantiques allemands, la *réflexion* n'est pas seulement interne au sujet, mais également propre à la relation symbolique chez Benjamin. Toute la difficulté consiste à déterminer ce qui est le *médium* ; la définition n'est pas encore claire dans sa thèse, mais, progressivement, apparaît dans ses articles comme, précisément, la relation symbolique.

Il y a, certes, une réflexivité interne au sujet – la *médialité* -, (et c'est pourquoi Benjamin offre une thèse équivoque qui ne se sépare pas encore radicalement des conceptions

¹⁰³ Weber S., op.cit.

Romantiques) ; mais, il y a aussi la relation symbolique, qui implique nécessairement un rapport médié (et, sur ce point, Benjamin prendra des positions plus évidentes et plus radicales dans ses articles ultérieurs). C'est ainsi que Benjamin va progressivement questionner – à travers le lien entre la *réflexion* et le *soi* – les articulations objets / supports, sujets / objets. Et les expérimentations sur ces articulations sont des expérimentations propres à la toute forme de symbolique.

Il faut comprendre que, pour les romantiques, la position – spatiale comme temporelle - de l'Ego était subsidiaire, n'était pas une dimension essentielle de la *réflexion*. C'est parce qu'il apparaissait moins comme le résultat d'un acte parti d'un point précis que comme un processus que Benjamin a désigné cela comme *médium*. Chez Benjamin, la *médialité* exprime une relative immédiateté, la capacité de fonctionner sans médiation extérieure. Le *médium* se *réfléchit* . Le problème, si l'on se limite à la conception romantique de l'expérience esthétique, consiste à réduire les œuvres d'art au statut de médiums de la réflexion de l'Idée de l'Art dans son absolutisation et dans une conception de l'Histoire qui implique l'idée sous-jacente d'un temps « vide », c'est-à-dire non rempli par l'existence des acteurs concernés¹⁰⁴. Autrement dit, que le sujet n'a aucune incidence sur le propos des œuvres. Ce qui veut dire que l'Art se dirige, exempt de toute forme d'imprévisibilité (à l'image de la Ruse de la Raison dans l'Histoire), vers une fin déterminée par la réalisation absolue de l'Idée de l'Art. Autrement dit, que les critères de production de l'Art sont purement extérieurs et, surtout, que l'Art n'est pas tant objet de l'expérience que le produit d'un discours qui le précède et qui détermine son mode d'appréhension. Comme si c'était à la matérialité de l'expérience – c'est-à-dire, en quelque sorte, le « réel » - de s'adapter au discours préconstruit.

*« Ce mode de détermination préexistant produit l'auratisation du rapport à l'œuvre, c'est-à-dire un écran à la possibilité d'en faire l'expérience. Il s'agit de la projection des attentes de la tradition sur un objet avant qu'il ne soit réceptionné par le sujet. Cette prédétermination d'un critère extérieur à l'expérience subjective est aussi présente dans l'idée de nouveauté »*¹⁰⁵.

Et c'est en cela que cette logique est d'autant plus problématique qu'elle est occultée par une apparente nouveauté. Celle-ci mérite encore quelques précisions, parce que, précisément, elle se retrouve encore aujourd'hui aussi bien au niveau du discours des critiques qu'au niveau de la pratique cinématographique.

¹⁰⁴ Derroitte E., op.cit.

¹⁰⁵ ibid. Lorsque l'on approche les théories du postmoderne, nous voyons à quel point des relations signifiantes sont manifestes avec cette logique – écrasement de la temporalité, surdétermination extérieure de la réception qui ôte toute forme d'expérience de l'œuvre... - , ce qui nous permet d'émettre l'hypothèse d'une survivance de cette logique actuellement.

De même, si l'on suivait cette proposition, l'on ne comprendrait pas comment le spectateur, comment le sujet pourrait avoir une expérience esthétique ; l'on comprend d'autant moins pourquoi l'on peut toujours apprécier une œuvre qui, manifestement, ne participe pas du même contexte que le spectateur (par exemple, comment expliquer le plaisir esthétique de percevoir *La Victoire de Samothrace* ?).

Mais si l'on réduit l'objectivité de l'œuvre à être un discours sur l'Art, c'est également parce que l'expérience esthétique ne serait, pour les Romantiques, qu'un moment de l'expérience du soi absolu qui s'enrichirait de sa connexion avec l'Idée de l'Art, ce qui expliquerait son caractère « immédiat » :

« Cette immédiateté, qui est originale, bien que non absolue et plutôt médiée, est celle dans laquelle se fonde la vivacité de la connexion »¹⁰⁶.

Le processus, pour intégrer les éléments extérieurs, n'est jamais identique, n'est jamais fixe : tout cela n'est que transformations continues, discontinuité continue. C'est précisément cette discontinuité qui donne la vivacité au *médium* : il survit à l'extériorité parce que précisément il n'est pas fixe. Il déborde la finitude temporelle précisément par cette discontinuité. Ces discontinuités sont les *événements* singuliers. La pensée, comme *médium* de réflexion, n'est pas un continuum transcendant, mais simple connexion de *singularités*. Et cette connexion n'est pas une synthèse¹⁰⁷.

L'on voit ici l'extrême complexité intellectuelle lorsqu'il s'agit de maintenir les propositions Kantiennes - qui ne prennent pas en compte l'historicité des régimes d'art et de l'historicité des modes de perception – face à une situation où il arrive que l'on peut apprécier, d'une certaine manière, un objet qui, par ailleurs, ne participe pas du même régime d'art. À la fin de la première partie de sa thèse, Benjamin pointe le problème théorique : interprété ainsi, le concept de *médium* n'a pas de négation, ne saurait être critique. Benjamin incite alors à relativiser la portée de ces théories :

« (Pour Schlegel et les romantiques) on peut intensifier la réflexion mais non la diminuer (...). Seul un arrêt de la réflexion est envisageable et non une réduction de l'intensité. (...) Dans un intérêt purement critique, il serait certes logiquement souhaitable que l'on poursuive l'élaboration de cette théorie au-delà des limites où les romantiques la laissèrent dans l'ombre ; mais il est à craindre qu'une telle élaboration ne mène effectivement qu'à des ombres. La théorie échafaudée dans un intérêt métaphysique limité et

¹⁰⁶ Benjamin W. cité par Weber S., op.cit.

¹⁰⁷ Il complexifie alors la relation esthétique telle que l'avaient développée Kant et Hegel, en y apposant le caractère problématique de l'approche romantique. Si nous prenons le temps de saisir cet aspect du problème, c'est parce que, précisément, les pratiques de médiation et les pratiques doivent se positionner vis-à-vis soit de l'approche romantique, soit de l'approche moderne.

grâce à laquelle certaines propositions de la théorie esthétique acquièrent une singulière fécondité, débouche, prise en totalité, sur des contradictions logiques insolubles ; principalement en ce qui concerne le problème de la réflexion originaire (prototype, Ur-Reflexion) »¹⁰⁸

C'est que, dans leur conception, les Romantiques tendent à réduire la *médiation* à la *médialité* ; plus précisément, ils tendent à oublier la logique même de médiation, en ne se concentrant que sur un rapport immédiat à l'oeuvre. Or, pour mémoire, Benjamin critique l'idéologie dix-neuviémiste qui est incapacitante – en ce qu'elle « dispose » négativement le sujet – ; de plus, leurs théories ont totalement occulté la question du *sens commun*. C'est en (ré)introduisant la notion de « critique » que Benjamin construit une autre conception de la relation esthétique qui détruit toute forme d'objectivation absolue des objets et sujets, au profit d'une objectivation médiée, qui serait le résultat de la relation dialectique entre ces deux parties.

En effet, cette « connexion » entre le sujet et l'oeuvre implique un troisième terme : il s'agit de la manière dont les choses sont connectées pour une existence finie, à un « Je », c'est-à-dire à un résultat d'une position. Autrement dit, les sujets ainsi que les objets sont définis dans la relation qu'ils entretiennent, et cette relation est historiquement et spatialement déterminée. C'est précisément ici la question de la distance symbolique et du réel qui est à nouveau posée. Cette position est ici prise comme *écriture au sujet de quelque chose* et *écriture de ce qui l'entoure*, où le « je » est irrémédiablement séparé du « moi », où le « je » est une extériorité du moi ; c'est moins une identité absolue du sujet ou de l'objet qui se manifeste, qu'une identité, une signification qui ne se révèle que dans les relations qu'ils entretiennent. Il inscrit ici, dans la problématique des Romantiques, la question du mode de perception du sujet, mais également l'articulation complexe entre signifié et signifiant.

À ce titre, Benjamin prend le contre-pied absolu de Platon, puisqu'il insiste sur la possibilité d'exprimer ce troisième terme au sein d'un texte, alors que la *parole* ne le permet pas. En effet, ce troisième terme, ne peut qu'être circonscrit, révélé, dans le jeu de connexion/séparation entre le texte, la traduction et le commentaire. Ainsi, la *réflexion* exacerbe une hétérogénéité irréductible, qui est expérimentée à travers l'écriture qui la détourne ; il s'agit d'expérimenter précisément les structures du symbolique en voyant à quel point le réel est inassignable. C'est une écriture *au sujet de* et *autour de* : une écriture pour laquelle il n'y a pas de fin en vue, mais seulement une possibilité perpétuellement présente

¹⁰⁸ Benjamin W., *Le concept de critique esthétique dans le Romantisme allemand*, op.cit.(p.93) que nous prenons comme citation importante, dans la suite de Weber S., op.cit.

d'être interrompue, cessée. Il s'agit donc de considérer la nécessité du tiers comme condition de toute connectivité et d'y voir une sphère d'altérité et de différence qui ne saurait être absorbée par un soi absolu. Il y a une articulation sujet/objet qui est contingente et qui définit provisoirement les deux, il y a également une articulation objet/support qui détermine la perception que l'on peut avoir sur l'objet. Et, dans ces relations médiées, l'on peut à la fois interroger l'identité du sujet, la signification de l'œuvre et le contexte symbolique qui établit cette identité, cette relation et cette signification.

Benjamin déconstruit alors la logique romantique. Si les romantiques pensaient que « tout est soi », la tentative de penser ainsi est bloquée par le troisième ordre qui révèle au contraire une infinie mise en abyme. Le troisième ordre révèle le prototype primordial de réflexion qui est moins empiètement que décomposition. Benjamin réintroduit une dimension temporelle dans la spatialité ostentatoire du médium comme processus réflexif. Mais ce processus temporel n'est pas à prendre comme fin, et ne doit pas laisser croire à un mouvement téléologique. Ce processus met en avant les événements singuliers qui ne restent jamais identiques à eux-mêmes mais plutôt s'altèrent respectivement en leurs connexions – c'est d'ailleurs à ce titre que l'on peut mesurer toute la différence entre l'historicité chez Kant et celle des posthégéliens dont fait partie Benjamin : il n'est plus question de Progrès, mais de contexte de négociation et de reconnaissance.

Cela justifie l'emploi du terme « critique », dans son sens étymologique : *krinein*, séparer. La *critique*, comme séparation, n'est pas le fruit d'un sujet identique à lui-même, autoconscient, mais plutôt d'une césure qui émerge du médium de réflexion lui-même. Si les romantiques pensaient que la résolution se trouvait dans l'auto-empiètement. Il s'agit de communiquer sa critique afin de permettre sa réception par d'autres acteurs. Nous voyons ici comment Benjamin réengage à sa manière la question du *sens commun* : il s'agit de

« réintroduire le moment de l'expérience vécue au sein de la détermination de ce que sera l'art et d'autre part de parvenir à objectiver cette affectivité vécue dans la rencontre avec l'œuvre d'art »¹⁰⁹.

L'esprit comme la signification profonde des choses se comprennent que d'une manière abrupte et imprévisible ; s'efface la signification univoque au profit d'un événement, d'une *signification* singulière qui ne saurait se réduire à la signification courante. Pareille apparition en un « flash » est ce que Benjamin associera plus tard au cinéma et à la photographie ; comprendre ces figures ne consiste pas à les immobiliser en un concept, mais de réinscrire leur mouvement. La question du *sens commun* ressurgit, mais la posture du sujet

¹⁰⁹ Derroitte E., op.cit.

n'est plus la même que chez Kant. Chez Kant, le sujet est toujours spectateur, « hors » de l'objet qu'il « juge » - n'oublions pas que, chez Kant, la détermination de la faculté consiste à voir qui de la Raison, de l'entendement ou de la sensibilité, légifère ; c'est, par ailleurs, ce qui lui est reproché quant à la manière dont il positionne stratégiquement le sujet dans un événement historique. Chez Benjamin, le sujet est précisément dans un rapport dialectique avec le sujet, rapport médié au sein de l'espace public ; la question est moins de « juger » que de questionner « l'évidence » de l'objet, question que l'on peut également apposer à « l'évidence » de l'identité du sujet. Un aperçu, une intuition, du caractère dialectique de la relation signifiante et de l'altérité de pareil événement singulier est, selon Benjamin, ce qui transforme une réflexion esthétique en critique médiale : c'est ce qui fait glisser le jugement de goût kantien à une réelle médiation culturelle. Si Schlegel contraint la critique dans le soi, pour Benjamin la médialité de la critique la place au-delà de la simple économie du soi. Autrement dit, le médium ne se résume plus à sa définition individuelle, mais constitue la signifiante de la sociabilité et des relations symboliques. Une de ses formes possibles est par exemple le processus par lequel une transition médiale constante d'un travail d'une langue à une autre ; le problème de la traduction en somme. L'article sur le traducteur est peut-être le principal point où il interroge le médium et particulièrement le médium de réflexion, en ce que la relation d'une œuvre singulière ou un événement singulier au processus de lien de transformation, de connexions et de déconnexions est précisément pour Benjamin la dynamique essentielle du médium.

On trouve déjà cette question au sujet de la notion d'œuvre dans la deuxième partie de sa thèse. L'œuvre d'Art est un moment dans le processus de réflexion, et il s'agit de s'interroger sur les conditions qui permettent de penser le moment génétique de la création. Celui-ci est caractérisé par l'interpénétration entre l'affectivité du sujet et l'objet ; l'œuvre est alors une formalisation du rapport au monde.

« Cet enjeu implique que Benjamin tente de décomposer les conditions selon lesquelles la poésie peut apparaître comme un lieu d'appropriabilité pour les sujets de leur être au monde »¹¹⁰.

Il s'agit, en quelque sorte, de déconstruire l'œuvre – qui est une trace de l'acte poétique -, de saisir comment le poète est apostrophé par le monde, de voir sa tâche génétique. La tâche critique du poète est donc émancipée des processus historiques orientés sur la seule objectivation d'une Idée ou sur la seule subjectivité. La tâche critique du public est similaire : il s'agit de croiser l'objectivation de l'expérience individuelle et la subjectivation de

¹¹⁰ Derroitte E., op.cit.

l'expérience collective et produire ainsi un discours qui exprime la plasticité du monde (en donnant lieu à des possibilités de monde) et *l'encapacitation* du sujet (dans le sens *d'empowerment*)¹¹¹.

C'est cette « découverte » qui incite Benjamin à s'éloigner des conceptions dix-neuviémistes de l'art, au profit d'une pensée dialectique qui prend en compte les relations signifiantes entre l'objet exprimé et l'interprétation du sujet.

Cela conduit à redéfinir à la fois l'expérience du sujet – et son identité – et la nature de l'objet. Benjamin va ainsi proposer une alternative aux Romantiques : à la place de la *réflexion* et de soi, il préférera la *répétition* et le *Je*. Par-delà un changement terminologique, c'est une toute autre conception qu'il propose : là où les romantiques consacraient l'individu, Benjamin va revenir à la notion de *sujet* et de *structure*.

Benjamin développe une conception de l'esthétique valorisant bien plus que ses prédécesseurs le *sensorium* humain et interroge alors bien plus précisément la problématique du positionnement du sujet dans une structure, ses perceptions et les significations psychiques qui en découlent. Autrement dit, il interroge manifestement à la fois les modes de représentations, les modes de perception et la manière dont on « dispose », dont on « engage » le sujet dans un ordre du discours. Susan Buck-Morss a, par ailleurs, qualifié cette esthétique de *système cénesthésique*¹¹² : les perceptions sensorielles externes se joignent aux images internes de la mémoire et de l'anticipation, contribuant à un champ perceptuel coextensif de l'expérience. Trois aspects s'y rejoignent :

- les sensations physiques ;
- les réactions motrices ;
- les significations psychiques.

Cette conception de l'esthétique de Benjamin est un tournant majeur dans les théories de l'esthétique (et de son rapport au politique). Il est une séparation radicale avec les théories romantiques et modernes antérieures. Elle est notamment le résultat du bouleversement des

¹¹¹ L'on retrouve ici quelques analogies possibles avec les théories de Stanley Cavell. En effet, selon ce dernier, le propre du rapport affectuel au film implique de « déréaliser le film », ce qui signifie, en quelque sorte, de rompre son apparente totalité, son caractère unifié pour saisir toutes les potentialités qu'il propose (les mondes possibles dans le monde possible qu'est le film, une sorte de perpétuelle mise en abîme) afin de reconnaître ce qui caractérise le choix et/ou le geste important du personnage, le moment important, etc. Le film lui-même se propose comme projection d'un monde possible et qui rend à l'ordinaire toute sa profondeur et son inquiétante étrangeté.

Nous développerons plus en précision la théorie cavellienne du cinéma dans le chapitre suivant.

¹¹² Buck-Morss, op.cit. Je renvoie à la note n°39, p.163, qui est une réflexion du traducteur quant à l'emploi de l'expression « cénesthésique ». Ce terme n'est pas précisément celui employé par Buck-Morss – qui parlait de « synesthésie » -, mais a été privilégié par le traducteur parce que bien plus proche, en français de la logique de l'auteur, et parce que l'autre expression ne rendait pas en français toute les richesses du terme en anglais.

théories freudiennes, dont Benjamin a été particulièrement sensible. Par commodité, lorsque nous parlerons désormais de moderne, nous prendrons en compte la théorie moderne qui s'est développée suite aux effets de modernisation industrielle (donc, nous nous référerons principalement à Benjamin) versus les conceptions romantiques. Pareille conception moderne bouleverse radicalement le langage de la raison – et apparaît donc l'expression même de ce que Cavell qualifiera plus tard de « condition sceptique ».

Et cette « découverte » sera d'autant plus manifeste, plus éclairante, par la prise en compte du problème de « médiatisation », qui a été d'une certaine manière abordée par Platon, mais occultée par Kant. Si les premières propositions de Benjamin pouvait nous sembler encore confuses – ce qui illustre la complexité de l'introjection des normes idéologiques bourgeoises et dix-neuviémistes à l'époque où il écrit sa thèse -, les pages suivantes apparaissent plus évidentes, plus compréhensibles, parce que les arts qu'il analyse (photographie et cinéma) ont des dispositifs qui problématisent directement ce qui, dans la thèse, demeurerait encore une « intuition ».

v. Les médias et la reproductibilité technique comme exemples radicaux du problème de singularité

Samuel Weber souligne un élément important pour ceux qui travaillent l'esthétique des médias : tandis que le sens moderne d'esthétique, tel que critiqué par Kant, semble inextricablement lié à un travail individuel, la notion de *médium* interroge la notion traditionnelle de travail et de perceptibilité.

Par exemple, nous dit Weber, à la télévision, on parle moins « d'œuvres » que de « programme ». Ce changement de mot est significatif : un « événement médiatique » est alors caractérisé non pas par la relation dynamique à un genre, mais par la relation dynamique au médium comme processus. Autrement dit, c'est moins le dispositif en soi qui pose question, que la manière dont il « dispose » les spectateurs et l'ensemble des faits. De fait, ce qui est souvent critiqué à l'encontre de la télévision, en termes Benjaminien, est que le travail est précisément occulté dans la présentation. Tout « événement » traité par la télévision n'est événement que selon les principes télévisuels et traité selon les ordonnancements de la télévision ; mais, dans son discours, la télévision tend à occulter ce

principe en assurant le caractère indiciel de ses images, c'est-à-dire en assurant une « neutralité » (impossible) du dispositif.

C'est également ainsi qu'a évolué le statut du film, mais en offrant la configuration inverse : si le cinéma a d'abord étonné par le caractère indiciel de ses images, la légitimation du cinéma comme art a dû passer par la mise en exergue d'une esthétique particulière, d'un dispositif de projection (et donc de « disposition » du spectateur dans l'ordre du discours) particulier. C'est parce que le cinéma a montré ces « contingences » et parfois en joue qu'il a eu ce statut artistique : par exemple, *À bout de souffle* (Godard, 1950) reste une œuvre de fiction, que l'on peut suivre comme n'importe quel autre film de fiction, cependant Godard tend à montrer tous les éléments qui, ordinairement, empêchent toute projection dans la fiction (regard caméra, cuts violents, bande son parfois inaudible, etc.). Statut artistique qui est souvent dénié pour la télévision.

C'est que la question de la « médiatisation », l'art développé par les médias, se confrontent directement à la double articulation objet/support, spectateur/œuvre. Si l'œuvre d'art, au sens traditionnel, est définie par une instance plus générale, plus générique et plus générative de genre (tragédie, comédie, etc.), c'est-à-dire par un discours, comme s'il pouvait être « immédiat », cette relation n'est plus applicable pour les événements médiatiques¹¹³.

C'est que la structure même de pareils événements implique une *singularité* irréductible. Les idées que Benjamin développait de manière encore un peu « intuitive », parcellaire dans sa thèse, ont trouvé leur manifestation dans la photographie et dans le cinéma. Puisque cette approche procède d'une critique de l'idéologie romantique dix-neuviémiste, il faut alors se garder de confondre *singularité* et *l'individualité*. L'individualité est indivisible ; au contraire, la singularité est hautement divisible et relationnelle ; comme le dit Lacan dans son séminaire sur Poe, le singulier est bizarre, il ne s'intègre pas bien. Le singulier est l'exceptionnel, l'extraordinaire. L'expérience esthétique est un événement qui illustre la singularité d'un objet et la singularité du spectateur ; cette singularité ne prend tout son sens que si elle est reliée à une norme, à un contexte.

Tout le problème que Benjamin traite implicitement dans sa thèse, mais auquel il confronte directement les médias dans l'œuvre d'art à l'ère de la reproductibilité technique, est la question de l'articulation de cet extra-ordinaire (de l'expérience) dans l'ordinaire, pendant spéculaire de l'articulation du singulier au collectif et de l'articulation du fragmentaire et du total. Autrement dit, il retourne totalement l'ordre des questions et des problèmes qu'avaient

¹¹³ Weber S., op.cit.

encore les postkantien. Cavell, dans sa théorie sur le cinéma dira d'ailleurs la même chose. L'on ne fait finalement qu'inverser la logique usuelle : ici, c'est l'ordinaire qui est étrange pour l'extra-ordinaire, le social qui est étrange pour le sujet (qui, pourtant, y participe).

La notion d'événement médiatique peut aussi bien concerner l'individuel que le singulier. En tant qu'individuel, il est compris comme (et souvent dénigré en tant que) un produit prédéterminé d'une machination générale. Mais un événement médiatique peut également désigner un événement qui ne saurait être répété de manière identique, bien que cela ne signifie pas qu'il ne puisse pas du tout être répété. Au contraire, chez Benjamin, l'événement ne peut survenir qu'à travers la répétition, mais celle-ci ne vise pas spécifiquement la production de copie conforme, mais plutôt la reconnaissance de l'altération comme sa plus grande ressource. Autrement dit, c'est l'espèce « d'idiosyncrasie » d'une reproduction, d'une répétition, qui indique, en sibyllin, la singularité des acteurs de cette reproduction et leur possibilité d'agir en relation aux normes, à la « copie d'origine ».

Dans la suite des premiers romantiques, Benjamin voit une ambivalence envers l'art poétique. D'un côté, il cherche à libérer l'œuvre de la domination de la notion de genre (l'œuvre est un moment du médium de réflexion, une part de l'universel de la poétique) ; mais cela implique alors que l'œuvre est quelque chose d'incomplet, qui requiert un emplissement par la critique comme continuation de son essence réflexive. Chez Schlegel notamment, c'est le rôle de la critique comme réflexion d'étendre et de compléter l'œuvre singulière par-delà les limites de son existence contingente. Mais que reste-t-il alors de l'œuvre singulière ou de l'événement dans ce processus de transformation médiaté ? Que reste-t-il surtout de l'œuvre lorsque l'on n'en voit jamais qu'une copie (comme par exemple le film de cinéma) ? C'est ici précisément que Benjamin offre une catégorie qui peut apparaître comme un outil critique puissant et qui peut s'appliquer aux nouveaux médias comme aux anciens : *l'ironie formelle*. Celle-ci est à distinguer de toute forme subjective ou d'ironie de l'auteur. C'est d'ailleurs ici que Benjamin fait une sorte de glissement sémantique, permettant de réactualiser la notion de génie artistique kantien. *L'ironie formelle* se distingue de la *critique* ; la *critique* « sacrifie l'œuvre entière au bénéfice d'une connexion générale » ; au contraire, *l'ironie formelle* préserve l'œuvre tandis qu'elle redéfinit sa *signifiante*. Sa *signifiante* relève principalement moins de son caractère *mimétique*, à son signifié, mais plutôt à son caractère signifiant, au fait qu'il signifie quelque chose qui n'apparaît pas directement dans la représentation. Pareille ironie est « la tempête qui lève le rideau », exposant l'ordre transcendantal de l'art, un ordre qui va par-delà les limites de l'œuvre visible.

Prenons, le théâtre : on ne parle pas d'œuvre, mais de pièce, de choses jouées ; tout le monde prend part au jeu – le public, les acteurs, l'auteur, les salariés du théâtre, - , la notion de genre, la notion traditionnelle de forme esthétique est alors relativisé et problématisé sous l'angle de ses conditions de possibilités comme ses limites : public, auteur, personnel de théâtre. Ces facteurs donnent la scène théâtrale et ne sauraient être prédéterminés ou identifiés de manière exhaustive. Ils sont singuliers dans le sens où ils sont toujours différents, pas seulement les uns des autres, mais également d'eux-mêmes, de sorte que la performance d'un soir n'a jamais de répétition¹¹⁴.

Autrement dit, Benjamin commence à clairement distinguer deux choses. D'une part, la singularité de l'expérience qui est toujours contingentée. Cela qui n'empêche nullement une signification ; cela signifie que la signification procède notamment d'un rapport dialectique entre le spectateur, l'objet et le dispositif. C'est cela l'objet de *l'ironie formelle*. D'autre part, et cela est l'objet de la *critique*, cette expérience, bien que circonscrite, singulière et contingente, ne prend son sens que dans une relation dialectique avec l'espace public, avec une réflexion à portée plus générale. Ainsi, non seulement l'expérience procède d'une articulation à trois termes, mais, en outre, cette expérience doit s'articuler à la question de la sociabilité, de la culture et des relations symboliques.

Tout cela montre à quel point les théories de Benjamin méritent d'être analysées en profondeur et réactualisées aujourd'hui dans le cadre des nouveaux médias. De même, nous postulons que l'incompréhension fréquente de l'analyse de Benjamin sur *l'aura de l'œuvre* et sur le statut du cinéma est corrélative d'une incompréhension générale du cinéma, encore dominée par la logique dix-neuviémiste. Si le cinéma est difficile à analyser, c'est parce les effets qu'il produit sur le public oscille entre ces deux visions dont nous parle Benjamin ; et s'il oscille ainsi, c'est précisément parce que le cinéma n'est ni proprement spectacle, ni proprement pictural, mais est un troisième terme, un *entre deux*. Et ce que Benjamin reprend de Kant – et que nous devons reprendre également – c'est la problématique de la définition de cadres de possibilités d'une expérience esthétique ; or, l'on tend à oublier notamment l'importance événementielle de la salle, l'importance de *l'ironie formelle*.

Le « lever de rideau » est alors doublement significatif : il détruit et pourtant préserve l'œuvre parce que l'ironie ne fait jamais de synthèse complète. Nous comprenons dès lors l'absolue modernité du cinéma dans ce processus. Il l'est même structurellement d'autant plus que cette ironie se retrouve aussi bien dans le dispositif de projection – ou « lever de rideau »

¹¹⁴ Weber S., op.cit.

- que dans le dispositif filmique en tant que tel – ce que Stanley Cavell retrouve dans l'importance qu'il accorde à l'écran, qui est à la fois objet des projections, et protection des images projetées vis-à-vis du monde extérieur. Il y a donc, structurellement, une double *ironie formelle* au cinéma : au niveau de la salle et au niveau du film. L'œuvre survit, mais jamais ne ressuscite. *L'ironie formelle* n'est pas un *remake* ; elle et l'original sont incommensurables. Il n'y a plus de question de progrès ici, mais plutôt de chaos : la diffusion de film tendrait moins à augmenter la puissance d'un discours qu'avant tout, donner lieu à des « réceptions » spécifiques¹¹⁵.

C'est dire si le cinéma exprime structurellement les problématiques que nous avons évoqués à la fin du chapitre précédent. Le cinéma saisi par Benjamin impose une relation esthétique et politique absolument moderne ; Benjamin retrouve ici un point qui était peut-être trop implicite chez Kant et qui a conduit (notamment les Romantiques) à croire qu'il pensait que les Idées seraient accessibles, alors qu'elles ne sont, pour le philosophe de Königsberg que des référents constamment relancés et reconduits. Chez Benjamin, la tentative d'articuler l'interaction médiée du chaos à l'harmonie, la singularité à la connectivité, définit les limites du concept de critique d'art chez les romantiques. Il s'agit donc de réfléchir sur ce point obscur du romantisme. Ce qui définit ce point obscur est une approche particulière du *médium* : chez les romantiques, le médium de réflexion est ultimement vu comme homogène, basé sur une unité, le Soi, retournant sur lui-même à travers, en-deçà et par-delà son mouvement réflexif ; inversement, pour Benjamin et Hölderlin, la singularité ne saurait être absorbée dans un Soi, mais est irrévocablement dispersé dans une série hétérogène.

Ce sont les termes clefs que nous devons alors changer : au lieu de *réflexion*, de *progression*, de *pédagogie*, il vaut mieux respectivement parler de *répétition*, *procédure* et de *discrétion*. La seule manière, pour Hölderlin, où l'art poétique peut être transmissible est « dans l'attention portée à chaque chose ». Pareille situation est chaotique et les médias s'appuient sur ce principe assez chrétien et occidental qui cherche à définir l'identité en termes de Soi qui reste le Même ; et l'époque chrétienne qui, selon Benjamin, ne fait que poursuivre cette tradition, la notion de Soi homogène et transcendant le temps domine les médias, bien que rarement sans contradiction.

¹¹⁵ C'est dire ici l'immense différence entre Walter Benjamin et la plupart des critiques des mass media. Par ailleurs, en partie III de la thèse, nous développerons une critique de l'économie politique et symbolique du cinéma que nous jugeons trop centrée sur le film – ce qui est le propre de la conception de la plupart des critiques et qui consiste à valoriser exclusivement une forte diffusion du film -, au profit d'une économie alternative qui, au contraire, serait bien plus proche de celle de Benjamin et qui viserait à valoriser également *l'ironie formelle*.

Nous approchons de ce que nous disions dans l'introduction : il n'y a pas de rapport direct, mais toujours médié. C'est le propre de la médiation que d'établir les différentes relations signifiantes et dialectiques qui s'opèrent entre le sujet et l'objet. La part qui est encore absente dans la théorie de Benjamin, et que nous devons prendre en compte, c'est qu'il y a un acteur, une fonction, qui peut prendre cette problématique en charge et appliquer un certain nombre de procédures permettant pareilles relations dialectiques : c'est, à proprement parler, la fonction de médiateur. Et, dans le présent travail, nous posons l'exploitant de cinéma comme « médiateur », c'est-à-dire non pas comme une fonction « neutre », mais comme acteur de la double *ironie formelle*, qui a une incidence sur l'expérience du spectateur.

vi. Les fondements de la réflexion contemporaine

Pour mémoire, refaisons rapidement le parcours des réflexions, de Platon à Benjamin, qui présentent successivement différentes facettes problématiques de la médiation culturelle. Nous gardons donc, ici, les portées théoriques de leurs travaux et nous ne nous attardons plus sur leurs développements que l'on a déjà eu le loisir d'entrevoir.

L'expérience artistique et culturelle « engage » d'une manière ou d'une autre le spectateur dans le procès symbolique et de signification. La question est de déterminer la nécessité de cette médiation et la manière dont elle « dispose » le spectateur. La condition minima de la médiation est un rapport de *philia* entre les sujets de la sociabilité : c'est parce qu'ils acceptent leurs co-présence que les sujets peuvent participer d'un *événement* qui tend à sublimer leur identité, tend à manifester la logique de sociabilité. C'est pourquoi la médiation culturelle tend à déléguer une identité au sujet et les confronte à un idéal de soi, à une représentation idéale de l'identité.

Si la médiation peut générer un fort affect sur le sujet, c'est qu'il anime le désir de celui-ci. L'affect posait problème à Platon, parce qu'il craignait que les sujets n'aient pas de distanciation symbolique ; Kant, au contraire, tend à expliquer que c'est précisément la distanciation qui génère le désir. C'est que le sujet est à la fois distant de l'objet, mais également distant de la sociabilité. La question, pour Kant, est de savoir justement que faire de l'interprétation, que faire de l'expérience. Loin de n'être qu'une forme de « divertissement » ou qu'une forme d'activité « déraisonnable », l'expérience esthétique, chez Kant, offre l'intuition de l'activité cognitive et, surtout, offre une base de la pensée pratique,

des exemples de la nécessité de la morale. Rappelons que c'est l'ensemble de ces trois activités qui constitue, selon lui, la culture. L'on retrouve alors l'exigence de sociabilité par la discussion, au sein de l'espace public, qui vise la détermination du *sens commun*.

Cependant, tout le problème est de déterminer les conditions mêmes de possibilité d'une expérience. De prendre en compte que la manière dont on « dispose » le sujet à une incidence sur son regard. Si, en effet, dans l'expérience esthétique c'est le regard qui compte, ce regard est historiquement et spatialement situé ; il est pragmatiquement engagé dans un dispositif donné et il est symboliquement engagé dans un procès de sociabilité. Si l'idéologie des Romantiques tend à occulter ce problème, Walter Benjamin, au contraire, lui donne toute son importance et, avec lui, s'engage la problématique contemporaine de la médiation culturelle. Problématique contemporaine dans laquelle nous sommes encore, aujourd'hui, situés ; ce que nous analysons comme étant la « postmodernité » n'est rien d'autre qu'une forme de réactualisation du déni des Romantiques. C'est pourquoi nous avons appelé ce chapitre « l'écueil des modernes ».

Nous remarquons, au passage, que le passage d'une réflexion à une autre s'est inscrit dans des régimes d'arts, des modes de perception et des manières de « disposer » le sujet et l'objet bien différents. Si ces changements épistémiques ont permis de révéler différents points, ils ont aussi eu tendance à occulter des éléments qui paraissaient essentiels au stade antérieur : par exemple, Kant et plus encore les Romantiques ont totalement occultés la question de la *philia*, c'est-à-dire la manifestation de la sociabilité dans l'expérience culturelle. En effet, si Kant fait une sorte « d'ouverture par le haut » par rapport à Platon, en défendant la possibilité d'un sens commun là où le philosophe grec ne voyait que la présence du *thumos*, il a oublié l'importance de la question de la sociabilité dans l'activité spectatorielle. C'est Benjamin qui fait revenir cette question par le truisme de *l'ironie formelle*. Nous reviendrons sur ce problème d'occultation – qui, selon Jean-Joseph Goux, est le produit du procès de symbolisation – dans notre critique de l'économie politique et signifiante de la médiation culturelle en général et cinématographique en particulier en partie III de la présente thèse. Il s'agira alors de proposer une solution alternative à l'actuelle logique de médiation et de valorisation qui reste encore bien trop ancrée dans les conceptions dix-neuviémistes. Pour l'heure, dans la présente partie, il s'agit de clarifier notre conception de la médiation culturelle, de voir en quoi le cinéma y participe, de pointer le rôle de l'exploitant dans cette configuration et de voir les actuels enjeux de la culture et du cinéma.

Ce que nous disons de la problématique contemporaine de la médiation culturelle s'applique, avec plus d'évidence encore, au cinéma. L'approche critique de Benjamin est alors peut-être celle qui a historiquement le plus révélé le caractère moderne du cinéma ou, du moins, les bases d'une réflexion du cinéma comme structure énonciative et réceptive comparable aux problématiques propres à *l'aisthesis* moderne. (C'est que, non seulement, nous ne pouvons plus parler de transcendantal – c'est-à-dire de hors espace et hors temps -, parce que, précisément, le cinéma est un art de l'espace (dans la salle) et du temps (la temporalité du film) ; de même, *l'aisthesis* moderne se caractérise par le choc spatial et un certain régime de vitesse et d'immédiateté.)

Ses théories ont été, du reste, reprises plus ou moins directement par des philosophes américains postérieurs résolument modernes ; il suffit de citer en exemple Fredric Jameson et Stanley Cavell. Ce dernier a développé une réflexion de philosophie morale telle que le cinéma permet d'en avoir l'intuition ; cependant, cette philosophie morale est moins prescriptive et normative qu'un ensemble d'interprétations et de réflexions portant sur (et permis par) une reconnaissance de l'altérité. Cavell n'est pas kantien puisque, en reprenant Emerson, il estime que les conditions mêmes d'une expérience sont problématiques pour le sujet ; du coup, il est impossible d'avoir une approche Romantique du Monde et, au contraire, il convient mieux d'avoir une approche poétique des événements dont il s'agit d'en saisir une quelconque signification relative à des critères implicites d'importance que nous aurions. Cavell ne pose des problèmes atemporels, il pose des questions qui doivent constamment être répétées, dont les « solutions » doivent être constamment réactualisées. Autrement dit, la seule « transcendance » (entre guillemets tant la formulation tend à perdre de son sens) chez Cavell serait tout au plus la communauté de camarades (plus ou moins absents) qui interviennent dans notre interprétation d'événements. Ainsi, la pensée de Benjamin influencée par Hölderlin se retrouve dans l'approche morale du cinéma définie par Cavell dont le principe élémentaire consiste à découvrir et à interpréter ce qui paraît important dans notre expérience.

Si une continuité est possible entre Benjamin, Cavell et certainement Jameson, c'est aussi parce que ce sont trois philosophes du langage. Du coup, ces trois auteurs posent comme hypothèse fondamentale un nécessaire décentrement du sujet et comme problématique la manière dont les discours positionnent les différents acteurs. C'est pourquoi d'ailleurs, ils peuvent (encore) être qualifiés de modernes. Cette forme de pensée existait déjà de manière plus ou moins explicite chez Kant, cependant, la manière dont les problématiques s'expriment

ont changé : Benjamin permet une relecture plus contemporaine de Kant, et Cavell et Jameson permettent de prolonger, à leurs manières, les perspectives qui, chez Benjamin, étaient encore de l'ordre de l'hypothèse, de l'intuition.

La grande portée critique de leurs discours – que l'on retrouve également chez Rancière – est moins de critiquer un objet au nom d'un principe (esthétique, moral, etc.) qui serait préexistant à l'objet, qui serait intemporel et transcendant ; la portée critique consiste à analyser la manière dont les relations dialectiques construisent une certaine signification, la manière dont ces relations peuvent laisser croire à une certaine forme de « transcendance » (qu'il faut subvertir).

Le grand problème des actuels systèmes de représentation, la manière dont ils tendent à « disposer » le spectateur se manifeste dans la manière dont les règles de médiation deviennent implicites, et surtout, la manière dont ces règles excluent, tant que possible, les conditions de représentation aux représentations elles-mêmes. Cela apparaît, par exemple, manifestement à la télévision – notamment dans les actualités, mais aussi à travers ce que l'on appelle la « real TV » - qui offre des auras assez spécifiques, la star et le dictateur, avec toutes leurs contradictions. Le présentateur est le cas extrême où il rend présent l'information ; il est un individu séparé de l'événement et en rend compte par et pour le réseau. Ce sont des individus d'où l'on retire toute *singularité*. Ces individus commentent des images qui apparaissent d'elles-mêmes évidentes, vues dans leur ensemble. C'est que l'on a exclu, ce qui, précisément, ne devrait pas l'être, c'est-à-dire tous ceux qui contribuent à produire *l'événement*¹¹⁶.

Toute une tradition se construit où la « réalité » est observée comme ce qui peut avoir du sens dans un cadre et à travers un discours *archéo-téléologique*, où peu importe alors que ce soit impersonnel, relationnel, comme les organisations, les techniques, les financements qui soient les conditions de production puisqu'ils sont systématiquement séparés du produit lui-même et de la « vue ». C'est l'hypostase du présent lui-même, du présent de soi et du soi comme perpétuellement présent, qui sont ainsi maintenus et perpétués. La notion selon laquelle la réalité consiste en moments la consistants en soi, emplis de signification, transparents et intelligibles, qui peuvent être appréhendables immédiatement, vite nommés et définitivement compris. Cela est l'héritage romantique du soi absolu qui pérennise dans les médias dominants et qui tend peut-être vers *Internet*.

¹¹⁶ Weber S., op.cit.

« Pareille promotion de soi comme présence et du présent comme image signifiante, constituent l'infrastructure audiovisuelle qui s'efforce de supprimer ou de subordonner le potentiel transformationnel des médias au nom d'une maximisation du profit à court terme qui définit précisément ce que l'on nomme « globalisation » comme fonction du capital financier »¹¹⁷.

Mais la présence d'esprit ne signifie pas compréhension du présent, puisque nous comprenons toujours en retard, l'esprit ne saurait être présent aux choses. Ainsi, l'expérience et la critique ne sont jamais des données absolues, mais des négociations constantes, des petites transformations. Cavell nous le révèle dans une réflexion qui implique toujours le passé – le cinéma qui l'intéresse est un cinéma qui est passé, qui n'est plus et qui est donc circonscrit. Jameson nous montre que la « condition postmoderne » est une condition de mouvement, de vitesse, donc de surface, qui vise à exclure ces contretemps, ces temps mixtes d'expérience et de critique. Il s'agit donc de donner un temps et un espace à la critique, mais aussi de « disposer » le spectateur et l'objet de telle sorte qu'il y ait *événement* – là où celui-ci est fallacieusement performé dans un discours *archéo-téléologique* -, et donc ce qui implique une problématisation du cadre expérientiel contemporain. Il ne suffit plus de dire que c'est le regard qui compte, il faut directement problématiser le regard ; c'est là la dimension politique de l'esthétique que défendent, à leurs manières, Cavell, Jameson et Rancière, dans l'héritage de Benjamin.

B. Le droit de regard

i. Droit de regard et droit accordé par le regard

Tout cela conduit à la question nécessaire du *Droit de Regard*. À l'image de Bernard Lamizet, ainsi qu'au regard des théories de Platon, de Kant et de Benjamin, nous considérons qu'il y a un impératif social de médiation, qui articule les sujets au social à travers des lois et des représentations¹¹⁸. La médiation culturelle est la représentation que la société se donne à elle-même, fonde l'espace et la temporalité dans laquelle se fonde une communauté, des la

¹¹⁷ *ibid.*

¹¹⁸ *op.cit.*

quelle agissent et pensent les sujets. Cette médiation permet de comprendre la logique dans laquelle se déploient la sociabilité et la médiation politique.

L'expérience esthétique propre à la médiation culturelle problématise la frontière entre ce qui est partageable au sein d'une communauté et ce qui ne l'est pas ; elle offre des expériences sensibles, des exemples de ce que Rancière, par ailleurs, appelle « le partage du sensible ». C'est, au final, le seul type de connaissance que permette une expérience esthétique.

La relation complexe qu'entretient Kant vis-à-vis de la notion d'esthétique en est manifeste. D'abord, il l'a perçu comme la dimension nécessaire et contingente pour mobiliser un savoir (ce qui veut dire que l'esthétique transcendantale n'est pas de l'ordre du savoir, puisque c'est la manière dont les trois facultés vont être mobilisées qui vont le produire). Ensuite, dans la troisième critique, il conçoit l'esthétique comme cadre intuitif qui illustre les pouvoirs de la Raison. Dans tous les cas, l'expérience esthétique n'est signifiante que parce qu'elle est mobilisée dans l'expérience du langage et de la communication. L'expérience esthétique n'est signifiante que dans le registre culturel, elle ne prend de valeur qu'en relation avec les Idées de la Raison. À ce titre, Kant rappelle bien que l'Idée n'est pas un concept, ce n'est pas une connaissance, puisqu'elle est imprésentable ; elle n'est qu'une production mobilisant l'imagination qui constitue un cadre symbolique acceptable pour tous.

Les Idées permettent de réguler notre approche du monde et les relations intersubjectives. Elles ne permettent que cela ; et c'est pourtant par le biais de ces médiations que nous faisons l'expérience de la liberté, c'est-à-dire de l'émancipation de l'ordre téléologique de la Nature. Le *Regard*, mobilisé dans l'expérience esthétique, donne du sens à ce qui s'inscrit dans la perception et nous permet de nous constituer comme sujet de l'expérience symbolique par rapport à l'objet qui suscite de notre part une pratique symbolique.

Le *droit* est une nécessité ; le *regard* est la manière dont *s'exprime ce droit*. Le *droit de regard* implique à la fois *droit au regard* et *droit accordé par le regard*. Autrement dit, nous devons prendre en compte la manière dont on « dispose » (aesthétiquement, pragmatiquement, symboliquement) le sujet à avoir un regard, une attention portée à l'objet esthétique ; c'est le *droit au regard*. Et nous devons prendre en compte, la manière dont le spectateur manifeste son attention, la manière dont il mobilise son expérience dans l'espace public, dans l'espace de sociabilité et de *sens commun*.

La théorie kantienne expose principalement *le droit accordé par le regard* ; l'expression paradigmatique de ce droit étant la négociation du *sens commun*. Cependant, sa

démarche, sa recherche d'une légitimité de la culture bourgeoise - qui elle-même est hors politique à l'époque où il écrit - illustre du souci profond qu'il a d'accorder un *droit au regard*. Le *droit de regard* est à la fois dans l'accès à l'œuvre et dans la possibilité d'exprimer ce droit dans l'espace public. C'est ce qu'il entend par « usage public de la Raison » dans *Qu'est-ce que les Lumières ?*. Mais, il ne développe pas particulièrement ce point, et tend à le laisser à la discrétion de ce que l'on appellerait aujourd'hui les « usagers » et qui étaient, à son époque, le « lectorat », c'est-à-dire des personnes déjà engagées dans un processus complexe, avec une forte réflexivité.

Or, tout cela implique un point de tension délicat entre l'interprétation et les expressions (celle de l'auteur et celle du sujet dans l'espace public). L'héritage de la critique kantienne essuie les difficultés quant à l'explicitation de cette « communication directe », c'est-à-dire sans concept qu'implique le *sens commun*. Bien loin d'être résolue dans le langage, cette communication est, au contraire, constamment relancée, bifurquée.

En outre, le problème de l'interprétation Romantique de la théorie Kantienne consiste à croire qu'il y a, de fait, « naturellement », sans « négociation » un *droit au regard* qui est alloué. Or, Benjamin insiste finalement beaucoup sur l'articulation *droit au regard / droit accordé par le regard* ; le second est en relation dialectique – plus ou moins contingenté – par le premier. Ainsi, croire tout de suite en l'importance de l'interprétation en faisant l'impasse sur la problématisation de la perception, c'est non seulement perdre la possibilité d'un événement – au profit d'une situation anticipée par l'esprit -, mais c'est, surtout, perdre toute possibilité de critique et de négociation au sein de l'espace public. Or, ce que l'on négocie est l'interprétation, en prenant compte du cadre de l'expérience qui donne toute sa spécificité à l'interprétation. Ce que l'on négocie, dans le sens commun serait plutôt à la fois le *droit accordé* (à l'objet « présent ») *par le regard* et le *droit au regard* (à venir).

Le cas échéant, ce sont des interprétations qui se jettent dans un ensemble d'autres interprétations ; c'est une communication qui, précisément, ne communique pas ; ce sont des informations envoyées... Dès lors, la relation critique à l'œuvre nous conduit nécessairement à une relation critique au langage ; au point de nous conduire à ce que Cavell appelle notre « condition sceptique ». Celle-ci se caractérise par un rapport problématique au monde et aux médiations qui entretiennent nos rapports au monde. Loin de pouvoir accéder au quotidien, au réel, loin de les dominer, nous sommes comme dominés par nos outils, notamment par le langage – comme la modernisation technique nous l'avait déjà montré. Il y aurait alors non seulement un abysse entre nous et le monde, mais également un abysse tout aussi profond entre nous et le langage.

Ces abysses sont vécus de manière d'autant plus douloureuse que nous sommes pourtant présents aux choses et que nous participons au monde. Cela se caractériserait précisément dans la crainte même de l'expression ; comme une sorte de généralisation du problème que Platon avait centré sur l'écriture dans le *Phèdre*. Le problème avec le sujet transcendantal consiste en ce qu'il n'apparaît pas comme situé dans l'espace et le temps – chose que l'on retrouve de manière plus radicale encore avec l'Ego des romantiques allemands.

Le jugement est ainsi tendu entre deux temporalités (voire trois) et la difficulté du sujet consiste à être présent aux choses tout en sachant que la compréhension des choses nécessite toujours un temps de *latence*, un temps de réflexion. Comprendre la logique de sociabilité, qui s'inscrit dans une temporalité sociale, implique une relative distanciation qu'offre notamment la médiation culturelle ; le spectateur doit alors veiller à articuler l'expérience esthétique à l'expérience « ordinaire », ce qui implique d'articuler la temporalité close de l'expérience esthétique à la temporalité sociale. Cependant, l'expérience esthétique elle-même est le produit d'une relation dialectique signifiante entre le spectateur et l'objet, l'articulation entre deux temporalités, deux discours. Ces trois registres, ces trois temporalités se trouvent confrontées assez manifestement dans le dispositif cinématographique, et plus précisément dans le dispositif de projection : l'ironie formelle – et son événement – sont le fruit de l'articulation du spectateur avec d'autres spectateurs, devant un film. L'on ne peut pas avoir une compréhension immédiate de l'ensemble des significations : c'est au regard de la logique de sociabilité que l'on comprend le film, c'est au regard du film que l'on prend conscience des logiques d'idéal du moi, et au regard du public que l'on prend conscience des logiques de sociabilité... L'on ne saurait à la fois être (participer de l'événement) et connaître (la signification de l'événement), et ce que nous appelons latence est le passage – ne serait-ce que dans l'esprit – d'une activité à l'autre. Si, chez Kant et chez les phénoménologues, cette alternance est le propre du sujet, ne relève que de la discrétion et de l'intelligence du sujet, Benjamin, au contraire, insiste sur l'importance de la manière dont on configure l'expérience au sein de l'espace public, la manière dont on engage le spectateur dans l'ordre du discours, la manière dont on lui donne une identité, parce que ces éléments ont une incidence sur sa perception, son interprétation et, *in fine*, sur son rapport au *sens commun*.

Ainsi, la question de la médiation, dans son acception proprement contemporaine, implique la problématique de cette articulation spatiale et temporelle. Le médiateur ne fait pas que donner à voir des objets culturels et des formes culturelles – ce qui ne serait finalement

qu'une problématique spatiale -, mais doit inscrire une temporalité réflexive. C'est ainsi qu'il faut dire que le médiateur n'est pas que *fournisseur d'accès*, mais aussi un agent qui accorde un *droit de regard*. Ce que nous entendons par *droit de regard* doit être compris sous deux acceptions : le *droit au regard* et le *droit accordé par le regard*.

Le droit accordé par le regard est la manière dont on tisse sa relation à l'objet, la manière dont on lui reconnaît une capacité qu'il a de mobiliser chez une relation symbolique ; autrement dit, cela concerne précisément le rapport sujet-objet. C'est ici précisément l'objet de l'œuvre critique de Kant, mais également de la thèse de Benjamin. *Le Droit au Regard*, quant à lui, se retrouve dans *Qu'est-ce que les Lumières ?*, ainsi que dans les considérations de Kant sur la Révolution. Sa démarche, sa recherche d'une légitimité de la culture bourgeoise qui elle-même est hors politique illustre du souci profond qu'il a d'accorder un *droit au regard*.

Le droit de regard est à la fois dans l'accès à l'œuvre, dans la reconnaissance de son expression et dans la possibilité de l'interpréter. *Le Regard* est le lien entre l'expérience esthétique vis-à-vis de l'objet avec l'expérience de l'ordinaire, de la quotidienneté. C'est en cela que l'expérience esthétique est indissociable de l'expérience éthique et politique. L'instance du *Regard* est un moment de *l'expérience* – parce que l'on n'a jamais qu'une seule expérience – où la dimension pratique de la quotidienneté est problématisée par les acquis esthétiques, et réciproque. Dans la dernière critique de Kant, il y a deux étapes de l'expérience : d'une part les effets de l'imagination et, d'autre part, la manière dont on symbolise ces effets (grâce à l'entendement et à la raison) ; l'expérience du Beau implique un rapport fluide entre ces deux étapes et l'expérience du sublime est marquée par une brèche, une rupture, où c'est la Raison qui prend totalement en charge le phénomène qui dépasse considérablement les capacités de l'imagination. L'expérience générée par l'imaginaire ne prend tout son sens que parce qu'elle est intégrée dans le registre symbolique.

ii. L'expérience et le point de vue

Cependant, la médiation culturelle n'implique pas seulement une articulation expérience / expression / interprétation uniquement articulée entre le sujet et l'objet. La médiation du *sens commun* ne s'inscrit pas seulement au sein du sujet transcendantal, mais implique un dialogue avec la communauté du *sens commun*. Il s'agit à la fois de penser

l'objet, de penser les déterminations du *sens commun*, mais également les déterminations du *sens commun* appliquées à l'objet.

Nous reprenons ces deux étapes, en considérant qu'il y a une articulation *Regard / Point de vue*. Le *regard* est le propre de l'expérience esthétique, de l'expérience de *l'ironie formelle*, la participation à cette *ironie*. Le regard est alors inscrit dans une dominante de l'imaginaire, critiquée par le symbolique : nous percevons, nous comprenons l'œuvre selon nos conceptions symboliques.

Si nous en restions là, et que nous ne l'articulions pas au point de vue, alors cela reviendrait à dire que l'expérience esthétique est totalement autonome, déterminée par notre interprétation du symbolique et des logiques de sociabilité et d'idéal du moi, et qu'elle n'aurait aucune incidence en retour. Or, lorsque nous apprécions un film, un roman, etc., l'ont end à faire partager cette expérience, l'on tend à inviter son entourage à le voir – de même, il arrive que l'on puisse débattre sur l'interprétation d'une œuvre. C'est que nous mobilisons notre expérience, au sein de l'espace public, pour le critiquer, pour problématiser notre compréhension des idéaux sociaux ainsi que notre compréhension des logiques de sociabilité. C'est ce que nous appelons le *point de vue*. Le *point de vue* a une dominante symbolique, où, au sein de l'espace public, c'est le lien symbolique qui est engagé par la discussion engendrée par l'objet imaginaire. Si nous proposons cette expression, c'est pour insister sur le fait qu'il ne s'agit pas de quelque chose qui est propre à un individu, qui aurait une signification immédiate et absolue, mais quelque chose qui est propre à un sujet, qui historiquement et spatialement déterminé, et qui ne se révèle qu'en relation avec d'autres *points de vue*. C'est la réflexion sur ce qui détermine tel point de vue à interpréter tel objet de telle manière (c'est-à-dire les contingences de sa perception) et la « vérité » (temporairement et déterminée) qui émane, en sibyllin de la négociation avec d'autres points de vue qui constituent, au final, ce que Benjamin appelle le *Médium de Réflexion* – que les Romantiques déléguaient au Moi tout puissant – et que nous appelons le *sens commun*.

Ainsi l'expérience esthétique s'inscrit dans un deuxième temps dans l'expérience, par le truisme de l'articulation *regard / point de vue*. Cela nous permet de voir la complexité des enjeux et des problématiques de médiation culturelle, cela va nous permettre de circonscrire la fonction de l'exploitant et du médiateur. Cela nous permet également de rejeter définitivement l'argument de l'incommensurabilité et de la diversité des jugements de goût qui annuleraient toute forme de débat, et qui participerait d'une critique hâtive contre tout discours de jugement esthétique. En rester à la diversité des jugements de goût et déclarer que « des goûts et des couleurs, on ne discute pas », c'est rester au *regard* et dénier le *point de*

vue. C'est, en quelque sorte, rester dans la position romantique de la singularité et la vérité de son *regard* ; cela conduit à être totalement aliéné à la logique de sociabilité, puisque, précisément, celle-ci participe au *regard*, mais ne sera pas expérimentée dans le *point de vue*. C'est précisément ce déni qui nous semble être caractéristique de ce que l'on appelle le « postmoderne » et ce que l'on reproche à l'idéologie de la plupart des théories sociologiques de « réception ».

Si nous continuons à évoquer le « postmoderne », tout en insistant sur le fait que les questions contemporaines sont moins un saut épistémique que le prolongement des questions modernes, c'est parce que, au sein de notre espace public culturel, l'idéologie du déni est « dominante » et a une incidence sur les usages et les pratiques.

En effet, l'articulation expérience / interprétation / expression se trouve disséminée au sein de l'espace public, et elle est prise en charge par différentes institutions, par différents acteurs. Ces institutions sont elles-mêmes soutenues par (et participent de) une *techno-esthétique* qui modifie considérablement la *cénesthésie*, c'est-à-dire les conditions mêmes de perceptibilité (donc, a fortiori notre compréhension esthétique et politique des phénomènes culturels). Pour le dire autrement, il n'y a jamais une rencontre « isolée » entre un objet artistique et un spectateur ; il y a des acteurs – plus ou moins manifestes, plus ou moins présents - qui participent de cette expérience. Il y a des acteurs qui participent du *regard* ; il y a des acteurs qui participent du *point de vue*... Par exemple, respectivement, pour le cinéma, nous pouvons évoquer le rôle de l'exploitant de cinéma (qui offre un objet et un cadre pour le *regard*) et le rôle du critique (qui offre une interprétation articulant son expérience esthétique à l'espace public). Nous reviendrons avec plus de précisions sur ces rôles, dont la circonscription est très complexe.

Ces rôles sont institutionnalisés, se sont rationalisés afin d'être plus facilement appréhendables pour le sujet. Ils n'en sont pas moins historiquement et spatialement déterminés, ils n'en sont pas moins inscrits dans une certaine forme d'interprétation et d'idéologie.

Cela implique alors également, nous le verrons, des logiques politiques et des logiques institutionnelles – que nous caractériserons plus en précision dans la deuxième partie de la thèse, sous la notion de *conatus* - qui dépassent complètement l'autonomie relative du sujet-spectateur.

La médiation culturelle implique donc une articulation expérience, énonciation et interprétation. Pour développer de manière plus proche de nos préoccupations :

- participent de l'expérience les lieux de projection, la pratique cinématographique et le rapport du cinéma vis-à-vis de l'espace public ;
- participent de l'énonciation le discours du film, celui de l'exploitant et celui du spectateur ;
- participent de l'interprétation le discours du critique, celle du spectateur et celle de l'académie.

Le *droit de regard* est l'articulation entre l'expérience et l'interprétation. L'expérience esthétique est une interprétation située dans la contingence d'un objet et d'un lieu. Mais cela n'est qu'une étape de l'expérience esthétique. Elle peut être considérée comme « pleine » lorsqu'elle engage totalement le spectateur, lorsqu'elle problématise le statut de son regard. Cela se manifeste lorsque le *droit de regard* s'inscrit dans l'espace public, manifesté par le *point de vue*.

Cette articulation du *regard* à l'espace public, au *sens commun*, est ce que nous pouvons appeler la *spectature*. Il s'agit de la posture spectatorielle vis-à-vis de la pratique artistique et de la culture. L'identité du sujet du sujet se révèle par la manière dont il énonce son regard et le négocie par rapport à ce qui apparaît comme le sens commun. Cette négociation est précisément le *point de vue* : l'articulation entre expérience et énonciation.

Pour résumer : le *droit de regard* consiste à reconnaître un objet et à l'inscrire dans l'expérience selon les déterminations particulières de *l'aïsthésis* (versus le cognitif ou le moral). Cette expérience singulière problématise l'expérience usuelle dans l'espace public : soit le regard est déterminé par les habitudes, soit il peut contribuer à les interroger. C'est l'approche de cette question critique de l'ordinaire, de l'espace public qui fait l'objet de la *spectature*. Cela contribue à construire l'identité du sujet à la fois parce qu'il est inscrit dans un espace public et une culture référentielle, mais également parce qu'il trouve sa propre singularité à travers la contingence de l'objet, mais peut-être aussi des questions de son *regard*. Le regard énoncé dans l'espace public doit comprendre un certain nombre de critères pour être entendu : ce regard énoncé est ce que l'on nomme le *point de vue*.

Le *Regard* est déterminé par les injonctions du désir et constitue la dimension singulière de l'expérience et de l'interprétation ; le *point de vue*, qui est la dimension collective de l'expérience, implique des rapports de pouvoir. Si nous évoquons des appareillages, c'est parce que le *point de vue* peut être institutionnalisé. De même, comme nous l'avons déjà

souligné, les institutions injectent une *techno-esthétique* qui influence les conditions de perceptibilité.

Nous reviendrons plus précisément dans les prochains chapitres sur les questions des modes de perceptibilités actuels. Pour l'heure, restons encore un peu sur la problématique du *point de vue* institutionnalisé. À ce titre, il y a une grande différence entre le discours de *l'expert* et celui du *cinéphile* (c'est-à-dire du critique et du spectateur) : l'expert et le critique, offrent un *point de vue* et non pas un *regard* – même si les grands critiques développent leurs textes à partir de leur *regard*. En effet, leur discours s'appuie sur un certain nombre de critères – plus ou moins consciemment intégrés -, lesquels s'inscrivent dans différents *points de vue*. Par exemple, l'importance du travail de Serge Daney a notamment consisté à progressivement révéler les critères de son point de vue, à illustrer les incidences de son regard, au fur et à mesure de ses textes ; il s'agissait alors moins de critiques prescriptives, que de textes qui problématisent ce qu'est l'esprit critique et les conditions de l'activité critique. Nous reviendrons régulièrement sur cet auteur important.

De même, si les travaux de sociologie de la réception tendent à insister sur la capacité d'expertise du spectateur – versus les conceptions de la culture de masse d'Adorno par exemple -, c'est parce qu'effectivement, on décèle un certain nombre de critères qui sont plus ou moins intégrés¹¹⁹.

Le problème de ces approches – et qui participe peut-être de *l'illusio* actuel dans le champ cinématographique- que ce soit pour les acteurs de la filière comme pour les consommateurs –, consiste en ce que l'on substitue l'expertise du *point de vue* au *regard* : il n'y a dès lors plus aucun phénomène critique, puisque la critique apparaît comme antérieure, intégrée, au *point de vue*. Cela conduit à substituer une logique de médiation à une logique d'offre.

¹¹⁹ Les exemples sont multiples. Par commodité, nous en donnons quelques-uns ici. D'une part, c'est un constat assez récurrent dans les recherches en cultural studies, et plus précisément dans les études féministes (Laura Mulvey, Janet Staiger, Theresa De Lauretis) ; il est d'ailleurs notable que ces études se consacrent peu à la question du rapport esthétique pour directement entamer une analyse critique du discours véhiculé par les œuvres.

Les travaux d'Emmanuel Éthis et de Jean-Pierre Esquenazi participent également de cette logique où le point de vue est privilégié au regard. Nous plaçons également dans ce registre un ensemble de chercheurs que l'on pourrait nommer « l'école de Metz », comprenant aussi bien Jean-Marc Leveratto, Fabrice Montebello que Laurent Jullier.

Il est à noter que nous ne rejetons pas en bloc leurs propositions. Au contraire, nous les trouvons fructueuses et pertinentes, puisqu'elles permettent notamment d'envisager la vie sociale des films. Il s'agit simplement de les circonscrire, de délimiter leur pertinence épistémologique. Elles ne rendent finalement compte que d'un seul aspect de l'expérience du spectateur, que d'une seule partie des mécaniques dialectiques de la médiation. Nous serons donc régulièrement amenés à exploiter leurs réflexions.

Nous évoquons différents critères, qui correspondent à différents types de points de vue. Nous reprenons ici en partie les recherches de Laurent Jullier sur les usages et critères de jugement de goût appliqués au cinéma¹²⁰. Les trois usages ont des critères correspondants :

- la critique sauvage s'applique sur des critères de succès et de réussite technique ;
- la critique d'expert s'applique sur l'originalité et la cohérence ;
- la critique du commun s'applique sur le caractère édifiant de l'œuvre, ainsi que sur sa capacité à susciter des émotions.

Il est nécessaire de comprendre que l'on ne s'établit pas exclusivement dans un usage, mais que nous pensons en permanence au sein de ceux-ci, ou en dialogue avec l'un d'eux. Laurent Jullier a, par ailleurs, proposé d'envisager ces six critères selon la probabilité à les employer :

- Les différents facteurs comme l'originalité, l'édification collective qu'entraîne un témoignage (même très fictionalisé) sur l'état du monde et la complexité des relations humaines, la somme de travail et la cohésion de l'œuvre, correspondent à des qualités objectives qui s'inscrivent dans une matrice de préférence. Selon Laurent Jullier, nous sommes tous disposés à engager ces facteurs, parce que nous sommes génétiquement « pré-cablés » à adopter des pratiques qui en favorisent la détection ; dans une approche nettement moins cognitiviste, et un peu plus kantienne, nous pouvons ici comprendre que c'est notre perception de la Culture et des conditions sociale de « l'être-ensemble » qui sont principalement (et premièrement) engagées dans notre rapport à une œuvre ;
- La prise en compte du succès de l'œuvre, autre qualité « objective »¹²¹, nous signale que dans les conditions socio-historiques qui ont déterminé la réalisation du film, il a plu au plus grand nombre de spectateurs. Elle nous renseigne autant sur le film que sur le contexte de réception (savoir ce qui fait courir autrui est une information intéressant directement l'adaptation à la vie grégaire).

¹²⁰ Jullier L., *Qu'est-ce qu'un bon film ?*, Paris, La Dispute, 2002

¹²¹ Il est à noter les guillemets pour le terme « objectif ». Ces guillemets se trouvent également dans le texte de Laurent Jullier. Ses références à Bourdieu sont constantes, et une pareille approche constructiviste force à relativiser l'idée d'objectivité. L'objectivité n'est objectif qu'en tant que représentation de l'imaginaire sur lequel est supporté l'ordre social. Cet imaginaire rompu, l'objectivité n'a plus de garantie symbolique.

Il est à noter, par ailleurs, les critiques fréquentes de Bourdieu, appliquées à la critique sauvage et aux critères dits « objectifs » : se référer principalement (voire exclusivement) à ces critères conduit nous seulement à ne pas s'investir dans l'usage, mais en outre de ne pas avoir l'approche réflexive qui permette d'envisager la brèche dans l'objectivité. Le sujet est alors culturellement doublement dépossédé.

Autrement dit, si Bourdieu était critique vis-à-vis de la critique dite « sauvage », c'est parce qu'elle fait souvent l'impasse sur la *spectature* : or, faire l'impasse sur cette dimension, c'est faire l'impasse sur notre dimension critique et donc, être directement soumis aux structures de l'habitus.

- Le bon plaisir, subjectivisme, idiosyncrasie ou fantaisie du jugement d'agrément ; dans cette appréciation incorporée, au sens propre, la mémoire épisodique du spectateur (expériences personnelles) joue un grand rôle. Ce plaisir est le produit de l'habitus construite par notre éducation et nos conditions réelles de vie, les cadres cognitifs universaux stockés dans notre mémoire sémantique et notre fantaisie du moment.

Que ce soit au sein du sujet, comme dans les énoncés au sein de l'espace public, ces pôles sont en permanence en interaction ; par exemple le jugement d'agrément peut servir de signe d'arbitrage dans un conflit d'édification. Laurent Jullier poursuit avec une critique du système de jugement institutionnel qui, dans une logique de rapport de force, s'inscrit dans une perspective que l'auteur qualifie de kantienne. Cependant, ce que n'a pas compris l'auteur, c'est que Kant prend directement en compte la question du ressenti corporel dans l'expérience esthétique ; ce qu'il pointe est l'angle mort de la théorie kantienne, à savoir les questions de champs. Néanmoins, à sa décharge, nous voyons bien également à quel point l'héritage de Kant est tout aussi difficile que l'héritage des Romantiques et qu'il reste toujours des latences, des traces très décontextualisées de leurs théories. Il y a, en effet, une relative dégénérescence du *sens commun* en deux directions possibles. D'un côté les effets « communautaristes », dont on peut puiser de nombreux exemples en sociologie de la réception. Le « communautarisme » se distingue profondément de la sociabilité en ceci que le rapport entre les sujets de « communauté » est un rapport d'affinités électives, de « sympathies » (au sens Kantien) qui n'offre pas les conditions de possibilités de comprendre les enjeux globaux de sociabilité ; par ailleurs, les « communautés » se définissent toujours comme en dehors de l'espace public « dominant » et le se définissent pas le rejet de celui-ci. D'un autre, les effets du *conatus*, c'est-à-dire la réduction du désir au signifiant du pouvoir, la réduction de l'identité politique à sa performance, à l'affirmation de soi dans l'espace public et qui est généralement caractérisée par l'occultation de la logique du point de vue, remplacé par un regard très affirmé et non réflexif. On le voit notamment à travers les mécaniques institutionnelles, dont parlent précisément Laurent Jullier, mais plus manifestement encore la thèse de Frédéric Gimello-Mesplomb¹²². Nous reviendrons sur ce point dans la deuxième partie de la thèse.

¹²² Tous les décideurs ont leur avis sur ce que devrait être le cinéma, et donnent l'argent public en fonction de cet avis. André Astoux, président du CNC au début des 70's définissait ainsi son action : « nous avons le devoir impérieux d'aider la création à prendre forme et à se diffuser (...) le cinéma devrait être l'anti-fatigue (loin des films qui) par leurs thèmes, leurs images, leurs dialogues, leurs climat, peuvent causer des ecchymoses ». Le CNC, depuis joue sur différents plans par le biais de l'avance sur recette : mécénat coupé de l'expérience pratique de consommation des films, intéressements en interne, et investissement sur œuvre populaire qui feront fructifier l'argent à défaut de soutenir une création plus exigeante. « Comment comprendre l'extraordinaire

Nous tenons à rappeler que cette opacité chez Kant apparaît comme de l'ordre d'une stratégie énonciative : il s'agissait de s'épargner des débats et des risques liés à une question politique du rapport esthétique ; il n'en demeure pas moins que le rapport esthétique est étroitement reliée à la question morale (pratique), or, chez Kant, la raison pratique est toujours reliée à l'action. La raison pratique s'enracine notamment dans les intuitions d'ordre esthétique¹²³. En ce sens, c'est Benjamin qui s'inscrit comme successeur de Kant dans la manière dont il perçoit les possibilités pratiques de l'évolution du statut de l'art, ainsi que la question de la perceptibilité et des conditions de rationalité.

La question du *médium* pour caractériser l'œuvre d'art moderne est une radicalisation de ce que Kant avait pointé dans l'exigence du *sens commun*. Ce que Benjamin ajoute à Kant est la conception du sujet comme également hétéronome (ne serait-ce qu'à cause de la *cénesthésie*), là où l'expression de sujet transcendantal restait encore floue. Dès lors, l'expérience esthétique se complexifie : à la dialectique singulier / collectif dans l'interprétation d'un phénomène s'ajoute structurellement la même dialectique chez le spectateur.

iii. L'articulation politique / esthétique

La médiation artistique de l'expérience, la médiation culturelle impliquent des articulations singulier / collectif. Ce que Benjamin reproche à ses prédécesseurs est précisément de ne pas prendre en compte cette articulation. Par exemple, la notion de *mimésis*, prise sous l'angle de la représentation se concentre trop sur l'objectivité de l'œuvre d'art et fait l'impasse sur la manière dont elle peut être reçue ; du coup, l'on tend à une approche substantialiste qui recouvre une idéologique. La question de la *mimésis* est un

mansuétude d'un Etat culturel envers un petit nombre de cinéastes soutenus par la Commission et les chaînes de service public depuis deux décennies ? ». Cité de Gimello-Mesplomb F., *Enjeux et stratégies de la politique de soutien au cinéma français. Un exemple, la Nouvelle Vague, économie politique et symboles*, thèse de doctorat, université de Toulouse II et CNRS/UTM, Toulouse, 2000, p.118.

¹²³ « Un seul contresens est dangereux concernant l'ensemble de la raison pratique : croire que la morale kantienne reste indifférente à sa propre réalisation. En vérité, l'abîme entre le monde sensible et le monde suprasensible n'existe que pour être comblé » Deleuze G., *La philosophie critique de Kant*, Paris, PUF, 1983, p.57.

Autrement dit, Kant ne sépare pas totalement la Culture du Réel, mais leur fait entretenir des relations dialectiques. C'est à partir de données concrètes que l'on peut envisager des Idées régulatrices, et ces Idées ne prennent sens qu'en vertu des significations accordées à (ou des possibilités d'actions sur) ces données. La Culture n'est jamais qu'un référentiel, qui donne sens au donné et qui permet une meilleure condition d'existence : en ce sens, l'esthétique en donne l'intuition et la morale développe des conditions pratiques.

problème de rapport entre l'image et soi ; c'est-à-dire qu'il s'agit de reconnaître la dimension hétéronome de toute objectivité¹²⁴.

L'hétéronomie est donc le propre non seulement de l'objet, mais également du sujet. Le fait que Benjamin cite Freud est à ce titre loin d'être fortuit : la pensée est animée par des phénomènes qui lui sont extérieurs – problème que n'ont pas réussi à résoudre les romantiques allemands, selon Benjamin dans sa thèse de doctorat. La sensibilité moderne – et la problématique contemporaine – serait l'acceptation de ce constat ; inversement, le « postmoderne » en est le déni. Objectivement, cela se perçoit dans ce que Benjamin a nommé l'esthétique du choc, de la césure ; subjectivement, cela se comprend dans la nature même du désir, qui est hétéronome, socialement construit.

Dans le rapport à l'œuvre, cette dernière n'a pas de définition objective stable et définitive, mais est toujours « traduite » par un regard, constamment recrée en quelque sorte. Structurellement, le spectateur est dans la même problématique. L'œuvre crée un rapport, mais le spectateur doit reconnaître ce rapport ; l'œuvre est « traduite » par le spectateur, et le spectateur exprime son désir à travers son interprétation. Cela constitue le *droit de regard*.

Il y a une nécessaire articulation entre esthétique et politique dans le sens où l'expérience artistique problématise *l'aisthesis*. C'est à ce titre que le champ de l'art s'est autonomisé et s'est progressivement émancipé des critères de *mimésis*¹²⁵, de beau, etc., autrement dit le champ de l'art appelle à d'autres catégories de perception et de compréhension. Ces autres catégories permettent une approche critique des catégories exploitées dans l'espace public ; elles interrogent directement notre perception du monde, le « partage du sensible » et la manière dont on a « naturalisé » - c'est-à-dire intégré, sans avoir conscience des forces qui participent à ce « partage » - des normes et des censures. C'est pourquoi nous évoquons en introduction générale de cette partie de la thèse un effet de traduction, où le champ artistique traduit et exprime l'espace culturel.

Cependant, le champ artistique, par définition, n'est pas transcendant. Il est lui-même situé ; de même la perception du sujet est située. C'est d'ailleurs pourquoi Benjamin a proposé toute une analyse critique de la culture visuelle, percevant que les effets fantasmagoriques de la

¹²⁴ À ce titre, dans le contexte qui était le sien, Platon a engagé la même problématique. La difficulté a consisté à la réappliquer dans le cadre de la modernisation.

¹²⁵ Sachant que la *mimésis* a été bien souvent non pas prise dans son acception platonicienne, mais dans la pure logique de représentation imitative.

marchandise devenaient indistinctes des effets fantasmagorique des œuvres d'art, rendant l'Art comme pur produit substituable.

C'est alors précisément ce travail de traduction, situé dans l'espace et dans le temps, qui constitue la médiation culturelle. L'expérience n'est pas transcendante, mais en relation constante avec son environnement. Elle se révèle à travers les interprétations qu'elle a des objets culturels. Le *droit de regard* participe directement de l'esthétique en ce qu'il articule l'expérience et l'interprétation. Tout le problème de la modernité industrielle (et post-industrielle) étant de chercher les conditions mêmes de l'expérience et à désamorcer l'aliénation de *l'aisthesis*.

Aussi, cette mécanique se réfère également à un troisième terme : l'espace culturel. Le regard ne flotte pas d'objet en objet, mais prend position au sein de l'espace public. L'expérience du rapport à l'œuvre ne prend forme que parce qu'elle se réfère à cet espace public. Cette dimension collective du regard du spectateur est ce que l'on peut appeler la *spectature* : il s'agit de l'inscription du regard dans l'espace public. La *spectature* articule l'expérience à l'énonciation. Et si le regard est réglé par le désir, la spectature est réglée par les rapports de pouvoir. La spectature est la posture spectatorielle vis-à-vis de la pratique et de la culture et constitue indirectement l'identité du spectateur. Nous disons indirectement parce que cette identification est implicite, non conceptualisée ; elle est exprimée en référence au *regard*. Autrement dit, le désir n'est jamais clairement identifié, puisque les rapports de pouvoir interviennent ; de même les rapports de pouvoirs ne sont pas univoques puisque le désir influe dans l'expérience.

Pour résumer, au niveau du sujet, la médiation culturelle implique une articulation expérience / interprétation / énonciation. Ces trois instances sont articulées à travers le *regard* et la *spectature*, le premier consistant dans le rapport à l'œuvre et le second dans le rapport à l'espace public culturel, une relation de désir et une relation de pouvoir. Ces deux dimensions sont situées et objectivées dans l'espace public et dans la temporalité sociale. Le sujet n'est pas isolé dans son rapport à l'œuvre, mais entouré d'acteurs de la médiation qui participent (plus ou moins) directement à la signifiante de l'objet et du rapport à l'objet.

L'on retrouve dans l'espace public culturel des discours orientés sur une dominante d'expérience ou bien une dominante d'interprétation. Participent ainsi de l'expérience du sujet les lieux et dispositifs de réception, ainsi que le rapport du médium vis-à-vis de l'espace public ; participent de l'énonciation le discours et le mode de relation proposés par l'œuvre,

ainsi que le discours du médiateur et celui du sujet ; enfin, participent de l'interprétation le discours du critique, ainsi que l'interprétation du spectateur et du monde académique.

Nous parlons de « dominante » dans ces différents discours dans le sens où ils sont principalement interprétés par un tiers agent et rationalisés par l'agent de discours à l'aune de la capacité à énoncer, à proposer une expérience ou à interpréter. Il est important de noter qu'il y a toujours la triade expérience, interprétation, expression dans chacun de ces discours ; ils sont simplement ordonnancés et rationalisés différemment. Nous analyserons leur logique dans la deuxième partie de la thèse et nous proposerons, dans la troisième partie, une économie politique et symbolique de l'espace public cinématographique – qui comprend tous ces acteurs et toutes ces rationalités. C'est qu'ils ont une importance dans notre conception de la médiation culturelle, et qu'il s'agit de les valoriser (cependant, la valorisation doit suivre une logique procédurale qui n'a pas été historiquement engagée par ce champ). Pour le dire autrement, la première partie envisage l'ensemble sous l'angle dialectique ; la troisième partie visera plus précisément les procédures propres aux acteurs situés dans ce vaste mouvement dialectique.

L'objet est donc signifiant au regard de l'expérience et de l'interprétation du spectateur, ainsi qu'au regard du ensemble d'éléments qui l'inscrivent dans la médiation, c'est-à-dire qui le déterminent dans une temporalité et un espace spécifique. Cette détermination s'appuie (et est exprimée) par un discours qui prend position dans l'espace public culturel. La manière dont l'objet est signifié exprime à la fois le désir singulier et les rapports de pouvoir du sujet comme des agents de médiation. De même, l'expérience et le discours du sujet sont tout autant contingentés par l'œuvre que par la manière dont l'œuvre est exposée. De même, la situation du sujet contingente également son discours. Ainsi, aux rapports de désirs se joignent des rapports de pouvoir. Lacan disait que la « vérité » était la *dit-mention*, la mention du dit. Alors, la « vérité » de la médiation – comprise comme intégration de tous les rapports dialectiques et possibilité de réflexivité du sujet et son inscription dans un *sens commun*) ne se situe pas seulement dans l'objectivité des acteurs ou de la forme (ce n'est là qu'une partie), mais dans la signification qui émerge au travers de l'ensemble des discours, dans la signification qui négocie les rapports entre désir et pouvoir, c'est-à-dire dans l'expression.

Ainsi, par exemple, la « vérité » d'un spectateur - son identité et son désir - est contingentée par l'œuvre, par les discours qui l'environne et par la manière dont il se positionne à la fois vis-à-vis de l'objet et vis-à-vis de l'espace culturel. La position vis-à-vis de l'objet participe de l'esthétique ; il s'agit principalement d'une articulation expérience /

interprétation. Cependant, c'est un sujet de la sociabilité qui fait cette expérience et qui interprète ; il juge donc l'œuvre à l'aune de l'héritage culturel et participe de cet héritage en émettant ce jugement. Ainsi, il y a également une articulation expérience / énonciation, qui est le propre de la *spectature*. La *spectature* est ce qui positionne le sujet vis-à-vis de la pratique artistique et de l'espace culturel, en cela l'esthétique est reliée au politique, puisqu'en cela se définit implicitement l'identité du spectateur. C'est précisément sur ce point qu'insiste Benjamin.

Platon a critiqué la dimension désirante au regard de l'importance politique ; inversement, Kant a tendu vers une atténuation de la dimension politique afin de laisser un peu plus de liberté à l'imagination. Benjamin a pointé un changement important dans la logique de médiation d'une œuvre, où désir et rapport de pouvoir sont engagés de manière égale, à travers la question de la perte d'aura de l'œuvre ainsi que la nouvelle forme de valorisation, à savoir la valeur d'exposition. La médiation a changé parce que les objets eux-mêmes ont changé et ont amené avec eux de nouvelles problématiques.

Finalement, la perte d'aura et la valeur d'exposition ne sont que les manières dont on inscrit les objets dans l'espace public culturel, en corrélant des problématiques qu'ils engagent et de *l'aisthesis*. En effet, les dispositifs de reproduction, comme la photographie et le cinéma, n'apportent pas seulement un nouveau mode de représentation ; ils engagent un autre rapport à soi que construit l'image et, par extension, un autre rapport au monde. Le cinéma expose la *masse* à elle-même. Il est nécessaire de comprendre que la *masse*, chez Benjamin, n'est pas réductible à la classe prolétarienne, mais elle exprime la condition du sujet moderne : c'est finalement le nouveau rapport spatio-temporel et technicisé de l'Homme au monde – et qui est également défini par l'environnement urbain, - et donc un nouveau mode perceptif. À ce titre, nous pouvons d'ailleurs souligner le rapport important entre le cinéma et l'espace urbain - aussi bien au niveau des représentations qu'un niveau de l'inscription des salles dans une politique urbaine.

Que ce soit en termes politiques comme en termes purement esthétiques, il y a un véritable saut qualitatif entre Kant et Benjamin, entre la médiation culturelle dominée par la politique et celle dominée par l'industrie : on passe d'un rapport optique à un rapport tactile ; on passe d'une problématique de clivage entre le moment de production et le moment de perception contemplative, à des problématiques de chaos, de suspension des habitudes perceptives. Pour donner deux exemples, qui éclaire la notion de masse et les problématiques *aisthésiques* propres à la condition moderne – chez Benjamin -, il suffit de penser à *Metropolis* (Fritz Lang, 1927) et au *Ballet Mécanique* (Fernand Léger et Dudley Murphy,

1924). Le second propose un certain nombre de « chocs » visuels, des associations d'images qui ne prennent sens que parce qu'elles se trouvent associées dans l'environnement urbain moderne qui projettent un très grand nombre de stimuli à la perception du sujet. Ce film apparaît comme « indigeste » lorsqu'on tente de le regarder comme un film de fiction parce que, précisément, il n'y a aucune fiction, aucune organisation des images qui permettent de prendre distance vis-à-vis de ce qui est perçu, il n'y a aucune symbolisation (rapide) possible. C'est pourquoi, par ailleurs, Benjamin corrèle l'espace urbain d'une tendance à *l'an-esthésie* : c'est-à-dire que l'esprit tend à se fermer à se grand nombre de stimuli, afin d'éviter le traumatisme.

Cependant, cette *an-esthésie* enferme le sujet, le sépare de la relation aux autres, le sépare d'un *sens commun*, du vaste *médium de réflexion* ; cette *an-esthésie* inscrit le sujet comme simple maillon d'une organisation, maillon qui n'a plus aucune singularité. Cette problématique est particulièrement manifeste dans *Metropolis*, qui présente la ville comme vaste système social « dévorant » ses sujets (la machine centrale est comparée à Moloch), avec ses séparations hiérarchiques ; les gestes des prolétaires sont normés, mécanisés et ces personnages sont toujours représentés en une masse anomique, indifférenciée, avec le visage (qui est le site de la personnalité dans l'héritage judéo-chrétien) baissé. *Metropolis* est d'autant plus proche de la théorie de Benjamin – qui est explicitement marxiste – que le phénomène de massification ne concerne pas seulement les prolétaires, mais également les jeunes bourgeois vivant dans les plus hautes sphères de la ville. Le dépassement du problème, qui se traduit dans la fiction par la possibilité d'une histoire d'amour, implique un dialogue et une reconnaissance entre les différentes parties de la ville. Nous aurons encore l'occasion de montrer des relations entre le cinéma et l'urbain, relation qui nous semble manifester à la fois les problématiques de l'ordre de l'esthétique du cinéma, ainsi que des problématiques plus globalement esthétiques et politiques.

Si nous disions que politiquement comme esthétiquement il y a un saut qualitatif, c'est parce que, par définition, le tactile engage plus le spectateur que le visuel, puisqu'il n'y a plus de distance. L'esthétique tactile introduit directement le sujet comme producteur de sens ; la perception est productrice. La catégorisation de l'œuvre ne passe plus par sa valeur d'apparence, c'est-à-dire dans sa capacité référentielle, mais par la manière dont elle engage le sujet à produire du sens : l'œuvre est alors jugée du point de vue pratique. C'est à ce titre qu'elle perd de son aura. Ce n'est pas tant un problème de l'œuvre qu'un nouveau rapport à elle : la perception *auratique* est contemplative, avec une durée et un temps qualitatifs ; inversement, la perception moderne est traumatisante, puisque ni l'œuvre, ni le sujet, sont en

ek-stase, protégés du temps et unités (en effet, par exemple, qu'est-ce qui garantit au spectateur de *Metropolis* de ne pas être lui-même, dans la salle, dans la même situation que les ouvriers qu'il voit à l'écran ?) Avec l'irréversible absence du *hic et nunc* de l'œuvre et de sa perception, il y a un déficit de temporalité dans la réception moderne qui fait violence au sujet comme à l'œuvre. Ce déficit de temps n'est pas dû à de mauvaises médiations, mais participe de *l'aisthesis*. C'est une problématique globale :

« L'élément de surprise est tout aussi important que la violence de l'événement. L'argument de l'instantanéité, que l'on trouve également à propos de la photographie, ne renvoie pas à une détermination de l'image mais à la temporalité qui désormais fait défaut à l'acte perceptif : c'est l'argument d'un réel devenu sensationnel, c'est-à-dire qui frappe, par saccades, rendant impossible l'acte de synthèse nécessaire à l'appréhension du phénomène perçu »¹²⁶.

Cela est le produit de la technicisation du monde qui, au lieu d'harmoniser notre rapport à la Nature, n'a fait qu'illustrer d'une autre manière l'inhumanité de la nature, c'est-à-dire du réel. Puisque la condition moderne s'articule en fonction de l'effet de réel de la seconde nature – qui est donc technique – notre perception change, ainsi que les problématiques d'appropriation de cette nature. En termes esthétiques, puisque le réel ne peut pas servir de référentiel, il s'agit d'opérer un contrôle possible de l'image spéculaire. Le propre de l'Art, selon Benjamin, est l'expression de notre domestication technique de la Nature ; cela passe en quelque sorte par la formalisation des angoisses. Sachant que l'angoisse est précisément un problème d'effet de réel, puisque, par définition, l'angoisse est sans objet, le propre de l'art consiste à domestiquer le réel, en donnant une forme à ce qui est sans objet. La « condition sceptique », dont nous parle Cavell, illustre bien le fait que le seul plan d'existence, la seule base objective sur laquelle la pensée peut s'appuyer n'est pas un objet, mais la relation à un objet, la caractérisation d'un phénomène comme objet, caractérisation que l'on partage. L'on comprend alors bien plus facilement les écueils des premières logiques culturelles initiées par l'État.

¹²⁶ Boissière A., « La reproductibilité technique chez Walter Benjamin », *Revue DEMéter*, décembre 2033, Université de Lille 3, disponible en ligne : demeter.revue.univ-lille3.fr/copie/boissiere.pdf, consulté le 10 janvier 2011

iv. Les enjeux problématiques contemporains : la question de la relation

Les enjeux se situent donc dans la relation à l'objet et dans la problématisation des rapports entretenus. Cette problématique, nous le verrons, est engagée par l'esthétique du film, mais elle est également prise en charge par le dispositif de médiation. Pour opérer un contrôle possible de l'image spéculaire, l'on doit nécessairement s'inscrire dans un espace utopique permettant d'établir une critique immanente, et de consacrer un espace et un temps critique¹²⁷. C'est précisément ce qui caractérise la salle de cinéma et ce qui définit *l'hétérotopie*. Nous reviendrons ultérieurement sur la caractérisation du cinéma comme *hétérotopie* ; pour l'heure, dans une approche globale de la médiation culturelle, il est nécessaire de comprendre que *l'hétérotopie* est la construction imaginaire et symbolique d'un espace autre, qui permet une approche critique de l'espace public.

Toute la difficulté dans la constitution de *l'hétérotopie* consiste à synchroniser la logique temporelle et désirante du sujet avec la logique temporelle et les rapports de pouvoir du social. Ce sont les hétérotopies qui permettent le *droit de regard* en décentrant l'expérience de l'espace public. C'est la fonction de l'exploitant de cinéma que d'offrir un tel espace, et d'y consacrer des films qui sont, eux-mêmes, des *hétérotopies*. C'est la *spectature* qui établit une relation symbolique avec l'espace culturel.

Il y a donc le *droit de regard* – articulation expérience / interprétation – et la *spectature* – articulation expérience / énonciation. La médiation culturelle implique une troisième articulation, que nous qualifierons de critique : énonciation / interprétation. La perte d'aura de l'œuvre d'art appelle nécessairement cette approche critique, puisque l'interprétation est déjà production selon Benjamin.

L'expérience culturelle prise dans sa globalité intègre ces trois articulations. On pourrait la qualifier d'*esthétique pleine* – à l'image de la *parole pleine* chez Lacan. En effet, elle intègre à la fois la dimension désirante du sujet, son positionnement au sein de l'espace culturel et les effets de signification générées par les contingences.

Toute la difficulté du médiateur consiste à accorder un *droit de regard* au spectateur. Il s'agit avant tout de consacrer un espace et une temporalité à la diffusion d'objet artistique dans laquelle se situe l'expérience du sujet. Cependant, bien qu'élaborant une *hétérotopie*, le médiateur s'inscrit dans l'espace et le temps social ; il s'agit alors pour lui d'être visible et

¹²⁷ Foucault M., « des espaces autres », in. *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, octobre 1984

compréhensible. Cette dernière problématique concerne moins le désir qu'elle ne concerne le *conatus* ; et il apparaît que les effets du *conatus* – par exemple, la recherche d'un positionnement stratégique au sein de l'institution - peuvent prendre une importance considérable et ainsi désolidariser les rapports dialectiques du désir.

C'est par le truisme d'une médiation que l'esthétique peut être pleine. Le *droit de regard* met en relation le spectateur et l'œuvre culturelle de telle sorte qu'il y ait une double articulation singulier/collectif : articulation par le rapport aux formes culturelles et articulation par la médiation temporelle que fait l'exploitant. Cela permet au spectateur d'avoir, à travers l'expérience esthétique, une connaissance de son identité individuelle et un aperçu de son appartenance culturelle.

Si notre rapport à la culture – et plus précisément à l'art – consiste à formaliser nos angoisses, mais aussi à présenter des idéals de soi, des formes d'exemplarité, c'est-à-dire, en dernière instance à offrir une compréhension des logiques de sociabilité, ces angoisses et ces exemplarités apparaissent à la fois comme singulières et collectives. Le principe du *droit de regard* est une logique de sublimation esthétique : à la fois sublimation de l'angoisse et expression des acteurs de la sociabilité. Les signifiants de l'angoisse, ainsi que les signifiants de la sociabilité dépendent de *l'aisthisis* et il apparaît comme leurs expressions, ainsi que la structuration de la médiation se transforme en corrélat de la structuration de la Culture. Les techniques de reproduction ont modifié aussi bien l'infrastructure – élaborant ce que Benjamin appelle la « seconde nature » - aussi bien que la superstructure – la *techno-logie*, *l'aisthisis* de la masse. C'est à ce titre que Benjamin a été nécessairement conduit à revoir les apports théoriques de ses prédécesseurs. La logique élémentaire de la médiation culturelle est toujours la même, cependant ce sont ses déterminations qui ont changé.

C. Les structures du spectacle cinématographique comme expression de la modernité

Il est assez intéressant de faire une lecture croisée de Benjamin et de Cavell et de voir émerger des « sympathies » entre leurs approches du cinéma. Il y a des « connexions » intéressantes parce qu'ils ne sont pas contemporains, ils ne partagent pas les mêmes références théoriques, et ne sont même pas inscrits dans les mêmes cultures. Benjamin est un

philosophe allemand de l'entre-deux guerres, tandis que Cavell est un philosophe américain de la morale et du langage qui appartient à la deuxième moitié du XXe siècle. Le premier est marxiste, tandis que le second refonde l'héritage américain, en évitant soigneusement la nécessité de passer par Kant.

Pourtant, tous deux ont esquissé des réflexions sur l'infrastructure du spectacle cinématographique et sur son mode de consommation qui se rencontrent en nombreux points et qui, surtout, interrogent l'héritage culturel et philosophique sur des problématiques qui sont relativement similaires.

i. Le cinéma et le réel : un double dispositif qui offre une critique du « partage du sensible »¹²⁸

Le cinéma a ceci de particulièrement intéressant, chez Benjamin comme chez Cavell, qu'il est à la fois le miroir des utopies passées – en caractérisant leur écueil – et, dans un même mouvement, le lieu même d'émancipation possible vis-à-vis de l'automatisme et/ou un espace-temps d'appropriation de l'ordinaire. Il y a des continuités – notamment thématiques et iconographiques – entre le cinéma et les autres arts, entre le cinéma et l'imaginaire social, mais il y a également des ruptures, qui peuvent aussi bien être propres) des films particuliers qu'au dispositif cinématographique lui-même. Dispositif qui est double – enregistrement et projection dans une salle – et qui offre alors deux espaces critiques, deux espaces de médiation. Comme si, en quelque sorte, le dispositif cinématographique prenait en charge les impasses expérientielles et théoriques de la modernisation, et permettait au spectateur d'être témoin de celles-ci et ainsi, d'être acteur critique de la modernité.

Il faut comprendre que tout le problème de l'expérience des effets de la modernisation consiste en deux points. D'une part, malgré le travail fondamental de Kant, la raison tend à transgresser les limites de son usage normé, conduisant selon Cavell, au constat suivant : le langage commun semble nous inscrire en inadéquation avec le monde, génère un doute sur les possibilités instrumentales du langage (notamment dans son pouvoir de nommer les choses extérieures). Cela conduit, *in fine*, à une crainte de l'expressivité (puisque rien ne semble

¹²⁸ Pour mémoire, nous reprenons ici l'expression de Jacques Rancière. « *J'appelle partage du sensible, ce système d'évidences sensibles qui donne à voir en même temps l'existence d'un commun et les découpages qui y définissent les places et les parts respectives. Un partage du sensible fixe donc en même temps un commun partagé et des parts exclusives* »,

in Rancière J., *Le partage du sensible*, La Fabrique, Paris, 2006, p.12 ; cf explications de la notion dans la présente thèse, p.63-64

garantir je puisse connaître les choses qui m'entourent et être reconnu par les sujets qui m'entourent).

D'autre part, dans le prolongement, la modernisation semble avoir évité ce problème en déléguant le pouvoir normatif à la mécanisation – qui ne souffre pas du problème de l'expressivité¹²⁹. Délégation problématique puisque, Benjamin insiste beaucoup sur ce point, elle conduit à modifier notre perception du monde – donc notre compréhension – et donne une nouvelle forme d'identité au sujet : du reste, la technicisation du monde – non réflexive – de la modernisation a conduit à une « seconde nature », tout aussi violente que la Nature, car peu ou prou symbolisée (c'est-à-dire dont on n'a su la mettre en relation avec les sujets).

En d'autres termes, le cinéma est un dispositif, qui est un produit des effets de modernisation technique, et qui apparaît être un support d'expression et d'interprétation, devenant alors lieu possible d'expression et d'expérimentation de la modernité. Le dispositif reprend en charge les problématiques modernes, et les spectateurs peuvent prendre leur distance quant à l'idéologie qui soutient la modernisation, afin de l'expérimenter de manière moins « dramatique » (puisque'ils ne sont pas engagés dans une fiction comme on l'est dans l'espace public).

En effet, Cavell nous dit que le cinéma vise une situation perceptive qu'il qualifie de « mythologique » : la possibilité d'un monde projeté est l'équivalent du rêve sceptique de l'invention des *sense data*, c'est-à-dire du rêve d'une conception humaine normale et normée, qui délivrerait des données empiriques élémentaires (comme si les sens étaient extirpés du corps)¹³⁰. En ce sens, le dispositif d'enregistrement « joue » à être un instrument moderne par excellence, semble s'inscrire dans l'idéologie moderne. Ce rêve de vision non subjective n'a, effectivement, de sens que pour le désir très moderne qu'une âme peut avoir lorsqu'elle se sent prisonnière de son intériorité ou que peut avoir un esprit qui cherche un savoir à l'abri de tout doute. Tout le problème des modernes, jusqu'à ce qu'apparaissent les effets de modernisation technique, c'est que l'intériorité est opaque et enquêter sur cette intériorité implique un retrait du monde. Ce qu'on gagne d'un côté, on le perd de l'autre. Du coup, à

¹²⁹ Contrairement à ce que l'on pourrait supposer, cette séparation imaginaire entre l'Homme et la machine, et le discours qui supporte ce legs de pouvoir est loin d'être achevé aujourd'hui. Il est au contraire reconduit dans de nouvelles formes comme l'expose assez clairement Jean-Michel Besnier dans *Demain les posthumains ?*, Paris, Hachette, 2009

¹³⁰ Domenach É., Scepticisme, « sense data et contexte : JL Austin, S.Cavell, T.Clarke », in. http://sensedata.free.fr/EliseDomenach/EliseDomenach_sense_data_et_contexte.htm, consulté en mai 2010

l'aune des effets d'automatisation et de normalisation par le machinique, le sujet est dans la situation problématique de se situer dans le monde et avec les autres.

Le cinéma subvertit ces rêves et ces logiques. En effet, le cinéma joue à nous présenter des objets qui sont toujours déjà-là, construits comme des faits empiriques purs, sans que nous ayons à les construire comme objets. La caméra a, dès lors, un « rôle mythologique » (selon l'expression de Cavell), qui est comparable à la constitution sensorielle rêvée : elle donne automatiquement à voir tout ce qui lui est révélé.

Il en résulte une « candeur fondamentale » de l'expérience du cinéma : le monde est présent au spectateur sans qu'il ait à être présent à lui ; le monde apparaît de manière intelligible sans que l'on soit obligé d'investir notre subjectivité. Cette candeur est comparable à la candeur théorique des modernes, à la persistance relative du mythe de la Caverne :

*« dans cet impératif présent de description (le mythe de la Caverne est le seul récit de Platon narré au présent), le spectateur du Tout est étranger au monde et ne peut le contempler que dans la double absence de Socrate, le monstre d'ombre et de lui-même. C'est dans une telle absence que le personnage cinématographique, ou plutôt l'acteur qui l'incarne, devient mythiquement la star, l'étoile lointaine »*¹³¹.

« Candeur » entre guillemets, parce que, précisément, elle n'est pas candide, elle « joue » de la candeur. Si Platon craignait que ses contemporains se croient dans un (impossible) rapport immédiat à la représentation, le dispositif cinématographique, quant à lui, marque immanquablement une distance – l'on peut toujours injurier Bruce Willis à l'écran, il ne se passera rien. En quelque sorte, le cinéma propose une sorte d'imaginaire au second degré, un méta-imaginaire. Plus précisément, il s'agit d'un espace de représentation dans lequel l'imaginaire est élaboré à partir du moment où est posée la distanciation symbolique. Cet imaginaire « second degré » est ce que Cavell appelle le « monde projeté »¹³². C'est la séparation qu'a ce « monde projeté » avec la structure sociale, la relation dialectique que cet imaginaire « second degré » entretient avec l'imaginaire social qui en fait un outil de critique

¹³¹ Mattéi J-F, « L'image du monde chez Cavell ou *Celle qui n'était plus* », in. Laugier S. & Cerisuelo M (dir.), *Stanley Cavell, cinéma et philosophie*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2001, p. 30

¹³² C'est cela même qui l'a, jusqu'à présent, distingué de la télévision : ce méta-imaginaire a été posé comme subversion du caractère indiciel de l'image, là où le discours télévisuel ne prend sens que comme support d'images indicielles. Nous en avons déjà dit quelques mots dans le chapitre précédent : si, au début, le cinéma fascinait dans sa capacité technique à reproduire le mouvement (voir « reproduire la vie »), très vite les cinéastes ont insisté sur le montage, sur les illusions, rappelant ainsi que tout est toujours affaire de regard, c'est-à-dire une production de sens. Ainsi par exemple l'importance que les cinéastes et les théoriciens ont porté à l'effet Koulechov : deux images saisies dans des contextes différents, mais apposés l'une après l'autre, déterminent l'interprétation. Le film peut illustrer ou dénier les processus de production de signification, toujours est-il que le cinéma ne fait plus l'économie de cette question ; inversement, ce que l'on nomme usuellement « real TV » occulte totalement les processus à l'œuvre et ne rendent compte que de leurs résultats.

et un outil politique pour Benjamin ; la question des relations symboliques est nécessairement posée au cinéma.

Ce « méta-imaginaire », ce « monde projeté » a une double signification. D'une part, il représente un site d'analyse et d'interprétation de l'imaginaire. Plus précisément un site d'analyse et d'interprétation du monde tel qu'il se présente à nous comme « évidence sensible » (pour reprendre l'expression de Rancière), autrement dit du monde tel qu'il nous apparaît « naturellement » (suite à une acculturation). D'autre part, dans le même mouvement, ce site revêt une dimension politique décisive. Ce « monde projeté » n'est pas le monde tel qu'il est que l'on voit, ce n'est pas le monde tel qu'on le conçoit suite à un « partage du sensible » (pour reprendre encore une expression de Rancière), c'est-à-dire un imaginaire qui est défini par ce qui dicible et indicible. Il est proposition d'un autre « partage du sensible », avec ses logiques internes. Il exprime déjà, *per se*, une subversion, une distance critique, en échappant aux pouvoirs qui font de l'imaginaire un champ politique.

Nous avons ici toutes les bases de l'importance du cinéma dans le champ des arts de la modernité, tout ce qui définit le cinéma comme art spécifiquement moderne. Tout le reste n'est qu'un développement, un ensemble d'expérimentations de cette « problématique première ».

Le caractère automatique de la projection et de la prise de vue sont des points essentiels dans la caractérisation de la modernité du cinéma. Il s'agit de l'équivalent des effets d'automatisation de la modernisation et qui est, par ailleurs, extrêmement problématique pour le sujet. Le film est hors du monde (ainsi que le spectateur) alors que la projection met au monde, de façon continue, le monde lui-même dont la présence imagée révèle l'absence ontologique. Il s'agit, en quelque sorte, du versant dialectique des problématiques *d'anesthésie* du sujet moderne comme seule réponse trouvée à l'expérience du choc dont on a vu la critique chez Benjamin : les effets signifiants de l'infrastructure sont si brutaux que les tendances culturelles tendent soit vers le narcotique (la mise hors-jeu du sujet) soit vers le fascisme (l'inscription du sujet comme ornement de la puissance totale).

La caméra, chez Benjamin comme chez Cavell, renvoie à l'homme l'image spéculaire de son *utopie* d'autotélos et de possibilité d'observer le monde de la manière la plus objective. La caméra est tout cela et rien que cela : elle joue de la naïveté de cette utopie. Et, en quelque sorte, nous testons cette « utopie ». La caméra apparaît alors comme un appareil de mesure, de prise sur le réel à la fois extrêmement puissant, et, dans un même mouvement, relativement insignifiant. Sa puissance n'est que le fruit du rapport spéculaire que l'on a à l'image. C'est

dire si le « partage du sensible » n'a pas de vérité transcendante, mais est quelque chose qui doit se négocier...

La caméra, en effet, est, comme le dit Benjamin dans son célèbre article, incapable de « rendre son regard » à l'homme ; elle exprime, en elle-même toute la fragilité du regard de l'Homme face à la machine puisqu'elle a le pouvoir de voir, mais pas de regarder. Cette structure même du dispositif filmique est extrêmement comparable, aux yeux de Benjamin, de la condition esthétique (au sens *d'aisthesis*) du sujet moderne : l'on ne voit que trop, avec l'expérience du choc, mais l'on ne peut rien retenir,

« ainsi, la simultanéité de l'hyperstimulation et de l'insensibilisation est-elle caractéristique de la nouvelle organisation du système cénesthésique comme anesthésie. Le renversement dialectique, où l'esthétique passe du mode cognitif de « contact » avec la réalité à son obstruction, annihile les capacités de l'organisme humain à réagir politiquement, même lorsque la préservation de soi est en jeu »¹³³.

Autrement dit, structurellement, la caméra est dans la même crise de perceptibilité que le sujet moderne. La question qui se pose alors n'est même plus d'éduquer l'œil à la beauté, mais de restaurer des possibilités mêmes de perception, de filtrage. Il est, à ce titre, notable que les différents défenseurs du cinéma comme art moderne ont insisté sur la capacité de la caméra à donner à voir le monde de manière plus ou moins « brute ». L'exemple paradigmatique étant la théorie d'André Bazin, et plus encore le culte qu'il voue, ainsi que ses disciples des *Cahiers du Cinéma*, au cinéma de Rossellini. Ainsi tel type de cinéma a des logiques qui doivent être absolument manifestes et circonscrites – à ce titre, Rossellini est notamment très clair. Il est notable, par ailleurs, que cette approche a souvent été défendue avec des préceptes « moraux ». Rivette évoquant que le travelling est « affaire de morale », Bazin glissant des « interdits » dans le montage, etc.

C'est dire si cette « utopie » est difficilement tenable, et qu'elle ne rend compte que de manière parcellaire notre rapport au monde ; elle offre un éclairage, mais pas l'ensemble des problèmes.

Ainsi, si Cavell parle de « candeur », c'est parce que, évidemment, il n'en est pas ainsi. L'on « joue à faire comme si », mais, évidemment, pareil rêve est impossible. Il est d'ailleurs notable que les théories modernes ont régulièrement insisté sur les problématiques de l'illusion et que, précisément, le cinéma relance régulièrement cette question : « *l'inquiétante étrangeté est l'expérience normale du cinéma* », ajoute Cavell. Si l'on a l'illusion de tout voir, de voir la *totalité* (c'est-à-dire croire comprendre un ensemble à travers la projection « neutre » de

¹³³ Buck-Morss S., *Voir le Capital*, op.cit., p.132

parties), répondant ainsi à notre désir de compréhension qui gît derrière l'interprétation de l'histoire humaine et de l'arbitrage ordinaire, ce tout nous est montré dans notre éloignement. L'individu est alors isolé, sans aura et anonyme. C'est par ailleurs ce rapport ambigu au mythe qui fait la modernité du cinéma, mais qui empêche alors, dans un même mouvement une approche classique de la médiation culturelle : le cinéma n'a rien à nous dire, il n'apporte pas un discours qui éclaire une Idée qui préexiste ; le cinéma met les discours à l'épreuve, il éprouve les structurations du réel, de l'imaginaire et du symbolique.

Mettre à l'épreuve l'utopie ne signifie effectivement pas de l'exclure par principe. Cela signifie problématiser les significations qu'elle construit, les relations qu'elle engage. Si, dans la manière dont l'utopie de la modernisation pose problème, c'est dans sa manière d'offrir un cadre perceptif et une « disposition » qui sépare radicalement sujets et objets, ainsi que les sujets entre eux ; c'est une idéologie causaliste et instrumentale, là où manifestement il faut penser en termes dialectiques et de signification. Il ne faut donc pas jeter le bébé avec l'eau du bain, il ne faut pas rejeter la question des relations dialectiques et signifiantes dans l'analyse critique de l'utopie de la modernisation. Nous allons voir que c'est le propre du dispositif de projection – et de la caractérisation du cinéma comme spectacle - que de veiller à maintenir ce lien, cette relation dialectique et signifiante. Mais cela se manifeste aussi par le fait que le mode dominant d'expression cinématographique est d'ordre fictionnel : le cinéma reste alors sensible à la dimension collective et aux règles de symbolisation. C'est que, inversement, les films expérimentaux établissent une critique radicale, où le spectateur est littéralement confronté à de l'imaginaire, et il peine à entrer en relation avec le film, comme impuissant face à la matérialité des signes.

Le dispositif filmique « joue » la candeur, mais le dispositif de projection, qui est consubstantiel au cinéma, non seulement en montre les limites, mais il offre également à l'expérience du spectateur la possibilité même de comprendre sa condition existentielle fondamentale que, par ailleurs, les effets de modernisations tendent à faire oublier. Si le film met à l'épreuve l'utopie de la modernisation, c'est pour construire un autre « partage du sensible », dont la détermination ne préexiste pas au spectacle, mais se négocie au sein du spectacle (et, potentiellement, *a posteriori*, dans l'espace public, dont l'idéologie a été critiquée).

En effet, la « réalité » de l'expérience vécue par le film est permise par le déni du monde réel exercé dans la salle. Autrement dit, il s'agit de s'épargner, le temps d'une séance, l'expérience du choc, propre aux effets de modernisations. Le film est protégé du public, lui laissant ainsi

la possibilité de ne pas avoir à se soucier de la manière d'approcher l'œuvre ; de même, le film et le public sont isolés du monde extérieur, leur laissant la possibilité d'une relation esthétique plus approfondie. C'est alors que la problématique de distance symbolique devient manifeste ; pour que l'on tende à opérer un « partage du monde du film », il faut « jouer à » se séparer symboliquement du « partage du sensible ».

Dès lors, le film et son public ont au moins une problématique comparable : le film entretient un rapport d'héritage avec d'autres films – il appartient, lui aussi, à un certain registre de « partage du sensible », celui de l'expression cinématographique et de l'histoire du cinéma -, le spectateur dispose de cette expérience du monde et en hérite –et problématise alors, son appartenance à son « partage du sensible ».

Il est, par ailleurs, à noter que Cavell nous dit que la force du cinéma tient moins d'être une sorte de littérature ou une peinture mouvante que dans sa capacité à créer des genres à partir d'émotions premières (peur, sens de la justice, rire, « douce pornographie »...). Le cinéma ne sublime pas ces émotions, mais, au contraire, les offre¹³⁴. C'est que, à la différence de la littérature, la question du rapport symbolique n'a rien d'évident pour le cinéma – c'est cela même que son double dispositif problématise explicitement. Cela se comprend d'autant mieux si l'on adjoint cette proposition aux constats de Benjamin – lu par Buck-Morss – d'une certaine forme d'*anesthésie* générée par la modernisation. C'est bien parce que la salle offre une protection, n'impose plus de *mimétisme* – mais des rituels qui expriment les logiques propres de la sociabilisation, qui ne sauraient se réduire au mimétisme au sein de l'espace public -, que précisément, le film peut offrir de la perceptibilité ; et cela passe notamment par un retour sur les émotions premières.

Nous comprenons donc que le cinéma exprime notre désir d'échapper à la confrontation ordinaire du scepticisme, c'est-à-dire d'échapper à la crise de l'expression, et fait apparaître le déplacement, le décentrement, comme condition « naturelle » d'existence. Il montre ainsi qu'il existe une réalité indépendante du sujet, mais que, surtout, la question fondamentale est de déterminer comment on construit notre rapport à cette réalité, comment notre regard la détermine et comment nous construisons des rapports symboliques. Le rapport au monde reste, de fait, néanmoins de *fantasy*, imaginé, et ne peut exister pour le sujet –

¹³⁴ Cavell reprend ici, en partie, la proposition de Panofsky dans *Style et matière du 7eme art*.

Nous verrons dans la deuxième partie que c'est précisément pour cela que le cinéma a été énormément critiqué, notamment par Duhamel. Cette mise à disposition d'émotions premières qui ne sont pas sublimées, lorsqu'elle est perçue par un regard enraciné dans une logique de l'art bourgeois du XIXeme siècle, ne peut évidemment qu'être catégorisée comme une sorte de prostitution d'émotion.

comme le film ne peut exister pour le sujet – sans une conscience subjective qui la supporte. Le cinéma permet d'en faire la critique au sens de Benjamin : ce n'est pas tant la critique de l'objet que de notre propre disposition, de notre propre regard qu'invite à faire le cinéma. En nous permettant d'échapper temporairement au devoir de répondre du monde, Cavell nous dit que le cinéma permet de rappeler notre condition existentielle. Et si la conclusion du célèbre article de Benjamin sur l'œuvre d'art à l'heure de sa reproductibilité technique – évoquant le politique versus le fascisme – apparaît de prime abord obscur, nous pouvons néanmoins l'interpréter dans la manière dont le cinéma reconfigure la relation du sujet avec le film et les sujets dans la salle. En effet, la technologie de la modernisation a généré une disjonction impensable chez les Lumières entre l'agent, l'objet et l'observateur, qui sont autant de types de perception différenciés. Les effets de modernisation conduisent le sujet à se concevoir à la fois comme corps morcelé, fragmenté et non différenciable, et comme appartenant à un corps social – comme unité fantasmagorique – figurant la Raison. Benjamin craint le fascisme, parce que le fascisme, dans son esthétique, comme dans la manière dont il est offert au public, s'enracine efficacement dans une logique fantasmagorique où l'individu est ornement de la masse. La masse a alors un double rôle esthétique : à la fois objet et observateur, ce qui contribue à l'effet auratique. Inversement, le cinéma peut doublement mettre cette esthétique à l'épreuve. En effet, la caméra est déjà « non auratique » et met à l'épreuve l'objet qui est filmé, mais, elle met également à l'épreuve la salle. Elle met à l'épreuve la salle en ce qu'elle produit des réactions collectives qui peuvent tout aussi bien être perçues comme une mise à l'épreuve du film que comme une mise à l'épreuve de l'interprétation singulière, en ce qu'elle renvoie immédiatement les dynamiques narcissiques – qui servent par ailleurs de base à la politique fasciste – et ne les dissimule plus derrière une auratisation, puisque le film apparaît alors comme bien commun.

Cela ne signifie pas qu'il n'y a pas pour autant des rêves de *totalisation*. Au contraire, dans son premier demi-siècle d'existence, le cinéma a eu des théoriciens qui rêvaient de cinéma total, de cinéma plus réel que le réel, et qui concevaient (ou rêvaient) un cinéma proche de l'œuvre d'art totale Wagnérienne. Mais ces développements théoriques, ainsi que les essais de gigantismes dans la production et la diffusion de films, restent relativement singuliers et minoritaires au vu de la majorité de théories, d'usages et de films produits - il suffit de penser au projet inabouti d'Abel Gance, *Napoléon*..

ii. Ni un art pictural, ni un art théâtral

L'esthétique, ainsi que le rapport aux œuvres d'art, illustrent d'une perte de proximité de l'homme au monde. L'esthétique, comme objet problématique, procède de la révélation de la notion de distanciation, qui est propre au symbolique. Cette « révélation » a une face positive et une face négative.

La face négative est précisément ce que Cavell a appelé la « condition sceptique » : le monde apparaît de plus en plus irréel, ou, dans un langage plus lacanien, de plus en plus inassignable. Comme nous l'avons déjà précédemment dit, dans cette situation, la culture apparaît comme autotélique et la question de la *mimésis* apparaît, dans le moderne, moins imitation du monde que faculté imaginaire à créer un monde.

La face positive implique la critique de l'idéologie qui fonde les logiques de la face négative, et conçoit, quant à elle, dans ces « distances » des sites d'indétermination, de négociation, d'action possible.

C'est pourquoi le cinéma prend une position singulière par rapport aux arts antérieurs : le cinéma est proprement critique là où la peinture et le théâtre (pour ne citer que ces arts) sont héritiers d'une idéologie qui doit être critiquée – et qu'ils critiquerons, tout au long du XXe siècle en interrogeant, eux aussi, la manière dont ils peuvent articuler le réel, le symbolique et l'imaginaire.

La tradition picturale, nous dit Cavell, consiste à représenter la réalité ; la toile est un monde. C'est la logique de représentation que le jugement esthétique doit évaluer. La peinture est un simulacre qui prétend à la réalité, ce qui implique un total déni de notre condition sceptique : en effet, la peinture, contrairement au cinéma, va à l'encontre du fait que

« le travail de reconnaissance (réciproque) de nos vies (intérieures) n'atteint rien au-delà de nos expressions (extérieures) ; et nous avons matière à être déçus par ces expressions »¹³⁵.

Le cinéma, tel qu'il est entendu par Cavell, n'entre pas dans ce principe. Cela ne signifie pas pour autant qu'il n'y entre absolument pas. Bien au contraire, l'héritage du cinéma de la modernité tel qu'il est défini par les *Cahiers du cinéma* entre pleinement dans ces problématiques picturales.

Mais le cinéma est plus proche d'une logique de la photographie dont on parle assez peu : l'écran de cinéma n'est pas un support, il est une barrière :

¹³⁵ Cavell S., *Les voix de la Raison : Wittgenstein, le scepticisme, la moralité et la tragédie*, Paris, Seuil, 1996, p.494

« On a fait l'éloge de la photographie parce qu'elle étendait les sens ; peut-être mérite-t-elle plus d'éloge, du train dont va le monde, parce qu'elle les borne, parce qu'elle laisse la place à la pensée »¹³⁶.

C'est la question de la représentation qui est ici relancée par la photographie et le cinéma : une conception de la notion de représentation où celle-ci n'est pas porteuse d'un discours, ni de délègue la vérité – un état de fait rendu par un signe indiciel –, mais se présente comme « imaginaire au second degré ». Le cinéma, comme la photographie, est essentiellement découpage de champ ; et, pourrions-nous ajouter, séquençage. C'est-à-dire qu'il y a une césure spatiale et une césure temporelle, là où la peinture reste dans *l'utopie de la totalité*.

Les problématiques diffèrent alors fondamentalement : le cinéma doit travailler à capter ou occulter l'attention, là où la tradition picturale (dont on trouve des résidus dans les théories de Bazin et acolytes) est plus directement soumise au tribunal du jugement esthétique. D'un côté, c'est la perceptibilité qui est en jeu, de l'autre, la finesse (acculturée) du regard¹³⁷.

Cavell nous dit que le cinéma déplace la question de la fidélité de la représentation : le cinéma ne représente ni mieux, ni moins bien le monde que les autres arts, parce que le cinéma – par rapport à la peinture – ne représente rien du tout, il n'est pas un signifiant « pur » ; il porte en lui toute la problématique du « partage du sensible ». Pour le dire autrement, sa manière de faire une connexion convaincante de la réalité ne considère pas la nécessité de faire une « représentation ressemblante » de la réalité ; c'est que la « vérité », la connexion n'est pas tant entre l'image filmique et « l'évidence sensible » qu'entre l'image et son spectateur. Et il est notable que, de manière à peu près contemporaine de l'émergence du cinéma et de la forte expansion de la photographie, la peinture elle-même était dans une crise de la représentation :

« c'est un événement interne à l'histoire de la peinture qui a fait que son désir, et son besoin, d'atteindre le réel ne pouvaient plus être satisfaits par un certain mode de représentation, par un « apport de ressemblance », et que d'autres voies devaient être explorées »¹³⁸.

C'est que la peinture – et sa logique de représentation – posait une forme de prédicat dans le regard sur l'objet : il y avait un discours à reconstituer, une logique formelle à saisir, une Idée de l'Art qui se matérialisait. Inversement, les « voies » qu'allait explorer la peinture moderne, partent d'une disjonction entre le regard et ce qui est perçu : c'est donc le processus de

¹³⁶ Cavell S., *La Projection...*, op.cit., p.52

¹³⁷ Godard ne s'y trompe d'ailleurs pas en rappelant souvent qu'il se sent plus comme un héritier du 19ème siècle que comme un artiste du XXe siècle. Il est, par ailleurs, notable de remarquer les effets de distinction sociale au sein de la cinéphilie d'apprécier ces films picturaux versus les films plus « ordinaires ».

¹³⁸ Marrati P., « Une image mouvante du scepticisme », in. *Rue Descartes* 2006/3 n°53, p.64

conception qu'il s'agit de problématiser, là où le système classique de représentation restait confinée au pouvoir de la réalisation. Et, progressivement, la question de *l'artisticité* n'a plus besoin de la médiation de l'artisanat représentatif, mais se réfère à la relation qui s'établit entre un objet et un spectateur dans un cadre précis. Autrement dit, la modernité picturale, elle-même a dû faire un parcours réflexif sur la notion de *processus*.

Le cinéma est une sorte de transcription de la réalité : son dispositif illustre déjà, d'une certaine manière, la problématique processuelle que cherche la peinture ; mais, ce qui distingue le cinéma de la peinture, c'est que le cinéma ne reste pas confiné à la tendance causaliste de la question du processus, mais engage déjà à réfléchir en termes de relations dialectiques. Sa signification interroge très directement la question du statut de la réalité, notamment celle perçue par le spectateur lorsqu'il regarde le « monde d'un film ». L'expérience du film est une alternative à l'expérience esthétique telle que conçue par Kant : elle s'appuie certes sur un désir de vision non subjective, mais elle pose la question du retrait du sujet quant l'esthétique kantienne implique toujours un retrait du monde.

Il y a toute une tradition du cinéma pictural, cinéma qui se définit néanmoins comme moderne. Nous y reviendrons dans la deuxième partie, en nous appuyant essentiellement sur le travail de Jacques Aumont qui permet d'avoir une bonne perspective d'ensemble de cette approche¹³⁹.

Le cinéma comme la photographie ne peuvent se libérer de la réalité qu'en la déniaient ; mais si la photographie jouit de son caractère indiciel pour asseoir le rêve sceptique d'une relation transparente au monde, le cinéma insiste sur la menace qui pèse sur la tendance à déréaliser le monde. Le cinéma s'affiche plus nettement encore que la photographie comme transfiguration du monde. Benjamin d'ailleurs rappelle que si la photographie était l'innovation *technico-esthétique* du 19^{ème} siècle, le cinéma – qui influencera les autres arts à ce sujet – est beaucoup plus orienté sur la logique de *montage*.

La différence entre les deux n'est pas moindre, ni chez Benjamin, ni chez Cavell. Chez Benjamin, nous passons du rêve dix-neuviémiste de *totalité*, l'illusion d'une œuvre d'art totale, close sur elle-même destinée à un sujet total, clos sur lui-même, à une œuvre présentant des fragmentations issues d'une *totalité* dont nous ne pouvons faire le tour, destinée à un public qui n'est pas « in-dividu » et qui peine à se situer dans son environnement socioculturel. La mécanisation, produite par la modernisation, implique un sectionnement de temps en

¹³⁹ Aumont J., *Moderne ? Comment le cinéma est devenu le plus singulier des arts.*, Paris, Éditions Cahiers du Cinéma, 2007

séquence répétées et nullement développables. Le sujet est contraint à un mimétisme qui est moins *encapacitant* que protecteur, soumis, en quelques sortes, à des réactions conditionnées. Le système du montage prend précisément cela en charge et destitue le spectateur du devoir de construire en objet les objets qui lui sont présentés ; par le travail de séquençage, et par le biais même de l'automatisation, le cinéma offre un objet circonscrit et rendu intelligible à son spectateur. C'est notamment tout l'objet de *montage-attraction* d'Eisenstein, qui est un montage dialectique, et qui consiste à prendre deux éléments usuellement séparés et d'illustrer leur coïncidence signifiante en les faisant se succéder¹⁴⁰. Ainsi, dans la totalité du film, il y a des données disparates qui, une fois associés, revêtent une signification nouvelle, ont une « puissance » qui n'était pas encore envisagée ; de même, contre *l'an-esthésie*, il s'agit parfois d'opérer des associations d'actions et d'idées.

Cependant, ni Cavell ni Benjamin ne plongent directement dans une définition du cinéma qui se résumerait à des photographies mises en mouvement. Si le cinéma reprend quelques vecteurs essentiels de la photographie, il y a néanmoins un bond épistémique entre la photographie et le cinéma. La photographie est encore un fruit proprement dix-neuviémiste en ce qu'elle est comparable à la peinture dans son statut de « mémoire du présent » : la peinture dénie le monde – et Kant nous dit que la suture avec le monde ne s'opère alors que par le biais du sens commun – et la photographie maintient l'être-présent dans le monde¹⁴¹. Dans le cas du cinéma, le spectateur est absent de la visibilité de l'objet ; son immobilité est caractéristique et implique que le cinéma n'est pas un simple successeur du régime de l'image que proposaient peinture et photographie.

À ce titre, il rejoint sommairement la logique du spectacle. Ce qui motive le désir, c'est précisément cet imaginaire du lien social qui est alors mis à l'épreuve : étant exclus du monde devant nous, nous interrogeons le monde d'où l'on perçoit. Mais au théâtre, la relation entre le signe et son référent, produit par la performativité du comédien, est présent au public et, d'une certaine manière, est contingente par sa présence. Au cinéma, c'est la signifiante à

¹⁴⁰ Aumont J., *Montage Eisenstein*, Albatros, Paris, 1979

Picon-Vallin B., « Le spectaculaire de masse : du théâtre au cinéma (Eisenstein dans le contexte théâtral classique) », in Hamon-Sirejols C. et Gardies A. (dir.), *Le spectaculaire*, Cahiers du GRITEC, Aléas, Lyon, 1997

¹⁴¹ À ce titre, *La chambre claire* de Barthes est absolument éclairant. Si cet essai est contestable en termes sémiotiques, il est particulièrement riche dans son analyse de la situation perceptive et émotionnelle du sujet spectateur. À la limite, nous pouvons lire ce texte comme une analyse approfondie des effets d'interprétation générés par le maintien de l'être présent dans le monde. Barthes R., *La chambre claire : notes sur la photographie*, Paris, Cahiers du Cinéma / Gallimard, 1984

la trace d'un monde possible qui est problématisée par le public, non une performance présente.

Au théâtre, l'on témoigne de quelque chose, au cinéma l'on hérite de quelque chose. Cela n'est pas la même chose. Il y a une plus grande distanciation encore, vis-à-vis de l'imaginaire, dans le spectacle cinématographique.

De même, la force du comédien consiste à revêtir et à actualiser un rôle, la puissance de l'acteur consiste à construire, de film en film, son propre personnage ; une mise en scène est une interprétation présente d'un texte, un film est une expérimentation d'un monde possible. Le théâtre problématisé des actualisations, le cinéma problématisé des virtualités. Nous pourrions même aller plus loin dans l'approche nostalgique de Cavell : si ce dernier nous dit que le cinéma produit automatiquement un monde qui vient du passé, nous pouvons aller jusqu'à dire que le sentiment du public pourrait même être plus proche de la *saudade*. La *saudade*, au Portugal, est une forme nostalgique très particulière : celle du futur, en ce qu'il paraît appauvri en virtualités, en développement possible ; c'est un sentiment d'éternel présent. Or, ce sentiment est très profondément lié aux impasses modernes lorsque l'on lit Benjamin, et plus encore à la postmodernité lorsque l'on lit Jameson !

Les seules virtualités possibles, les seules puissances sont alors à puiser du côté de la salle, du public. Et Cavell de nous dire :

« la modernité du cinéma est, j'aimerais dire, immanente : son problème est celui du monde, de notre croyance en la possibilité d'y établir des liens, d'y créer de nouvelles possibilités de vies »¹⁴².

Il s'agit de voir des possibilités de monde et les critiquer est la condition même d'un meilleur rapport au monde. Ce travail implique un relatif isolement, là où le théâtre propose le présent comme prolongement d'un passé.

Le problème est que ce « travail » du spectateur est, pourrions-nous dire, à sa « discrétion », est relatif à son attention, à la manière dont lui-même se dispose à cette réflexivité. Et il apparaît que la logique d'institutionnalisation du cinéma, les changements de pratiques ont tendu à faire l'impasse sur cette question au niveau des usages en salle, au profit d'une attention plus aigüe au sujet du film en tant que tel. C'est ainsi que Cavell s'attriste de voir le public de cinéma se « théâtraliser », comme si la seule définition du spectacle était le spectacle théâtral...

¹⁴² Cavell S., *La projection du monde, Réflexion sur l'ontologie du cinéma*, Paris, Belin, 1999

iii. Un art sans auteur ?

La réalisation même des films est structurellement comparable aux problématiques de l'automatisation et illustre une sorte de « braconnage », de tactique humaine qui se trame derrière les effets industrialisant et mécanisant.

En effet, comparé aux arts institués, le cinéma est « impur ». Il ne vise pas l'art pour l'art, il est industriel, il opère par genres plus que par œuvres singulières et la star est plus importante que le personnage interprété... De même, le développement du cinéma ne s'appuie pas tant sur la singularité expressive de l'auteur, mais dans l'exploration collective des potentialités propres au médium et dans leur exploitation à l'intérieur d'œuvres où elles ont une signification précise.

À ce titre, Jacques Aumont lui-même déclare que l'expression cinématographique n'a pas connu de révolutions formelles suffisamment puissantes pour qu'un film ne soit pas compréhensible au public même 50 ans après¹⁴³. À la limite, le seul bond (« épistémique ») est celui du cinéma des premiers temps au cinéma de narrativité complexe (donc, depuis Griffith). De même, il s'agit d'un des seuls arts où l'on donne une catégorie d'âge aux œuvres – l'on parle de « vieux films », jamais de « vieux romans » - : c'est que le « vieux films » est caractérisé, peut-être un peu pour ses thématiques, mais surtout pour son positionnement vis-à-vis des découvertes de potentialités expressives. Cela permet également au spectateur de se positionner par rapport au film, ce qui n'est pas le cas avec les grandes œuvres picturales par exemple, où la singularité expressive de l'artiste s'adjoint au rapport problématique à l'œuvre. La problématique de l'auteur, n'en déplaisent aux *Cahiers du Cinéma*, est mineure au cinéma (ce qui ne veut évidemment pas dire absente), qui, au contraire, réengage la question des genres. Chez Cavell, l'existence des genres s'explique déjà pour sa commodité dans la production collective de l'œuvre ; en outre, elle apporte une signification toute particulière au métier même de réalisation (et à la diffusion) de film ; Les genres correspondent à autant de manières différentes de faire avancer la réflexion que le cinéma mène sur ses potentialités en tant que médium expressif spécifique ; à partir de cette force d'engendrement, la question du cinéaste est celle de l'héritage formel et thématique, des compensations nécessaires pour actualiser cette force. Le rôle du cinéaste est alors bien plus modeste que celui des autres artistes : il est encore plus dépositaire d'un *bien commun*. Et il est jugé dans sa capacité à se situer et à valoriser ce *bien commun*.

¹⁴³ Aumont J., *Moderne ?...*, op.cit.

C'est dire si le cinéma s'organise sur une certaine logique de généricité, et que cette généricité est elle-même un outil utile pour le spectateur. Cette généricité – que Creton, par ailleurs, appelle « artisticité relative » - n'est pas pour autant standardisation : c'est là toute la subversion du cinéma quant aux effets de modernisation que de reprendre ces principes, mais cette fois-ci non plus dans des logiques bourgeoises et dix-neuviémistes, mais, au contraire, dans l'élaboration de *bien commun*, d'une *communauté* (au sens de *commonness*, comme préambule de sociabilité).

Il en est de même de l'acteur versus le comédien : c'est l'appartenance de l'acteur dans cette généricité qui en fait une star, là où le comédien reprend en charge un rôle qui est déjà inscrit dans la communauté. À travers les performances de l'acteur face à la caméra, c'est toute la communauté qui le reconnaît qui met à l'épreuve et valorise sa capacité expressive face à la machinisation. N'oublions pas que, pour Benjamin, la politisation consiste à briser l'aliénation du sensorium corporel, afin de rétablir la force instinctive de préservation ; il ne s'agit pas de dénier l'importance des nouvelles technologies, mais de « passer à travers », c'est-à-dire d'établir des tactiques. Le cinéma crée à la fois des valeurs qui ne sont propres qu'au cinéma, néanmoins, c'est de l'extérieur du film que l'acteur lui donne de l'intelligibilité. C'est en fonction d'un plaisir et d'un jugement collectif que l'œuvre a toute sa signification. Le cinéma n'appelle pas seulement à la connaissance de diverses formes idiosyncrasiques, mais également à une reconnaissance, par la communauté de public, de la *communauté* du film. Ainsi, au cinéma, rien n'est totalement privé, mais au contraire commun, ordinaire et partagé.

iv. Un art pour flâneur et pour braconnier

Cavell, au détour d'une page de *La projection du monde*, fait une remarque qui pourrait sembler choquante à toute personne étudiant les médias et ayant une approche classique de la relation spéculaire à l'art. Il déclare en effet, que le spectateur de cinéma a un caractère foncièrement anarchique, puisque, ce qui compte avant tout pour lui, c'est le privé, ses amis, le monde (et surtout pas la société, précise Cavell). Cela contredit évidemment toute l'approche moderne de l'esthétique qui, précisément, s'est attaché à démontrer l'impact culturel dans notre manière de percevoir les phénomènes. Mais Cavell n'est pas idiot. Il précise bien, que le privé compte *avant tout*, ce qui n'exclut donc pas le social. Peut-être

pourrions-nous même dire que, par effet dialectique, l'impact social et culturel est d'autant plus présent que, précisément, son intégration, dans la conscience du spectateur, tend à être occulté. Cavell d'ailleurs, ne s'y trompe pas, lorsqu'il évoque l'évolution des usages du spectateur qui s'opère dès les années 1970 et insiste sur la distinction entre « aller au cinéma » (qu'il conjugue au passé, tel un usage qui n'existe plus) et « voir un film » :

*« on apportait avec soi à l'intérieur de la salle ses fantasmes, ses camarades et son anonymat, et on repartait avec sans qu'il leur soit rien arrivé. À présent qu'il y a un public (c'est-à-dire comme au théâtre), mon domaine privé est l'objet d'une demande ; de sorte qu'il m'importe que nos réactions au film ne soient pas vraiment partagées »*¹⁴⁴.

Retour du refoulé, l'impact social et culturel sont évidemment toujours très présents au sein de la conscience du spectateur.

Cependant, le cinéma comporte une dimension fantasmagorique essentielle, qui permet au sujet de temporairement se décentrer de son expérience ordinaire et profiter de cette temporaire distanciation pour avoir une approche critique de l'ordinaire. Ce qui rend le cinéma « important », aux yeux de Benjamin et de Cavell, c'est que sa logique, son double dispositif, empêchent – en dernière instance - de croire en l'illusion d'immédiateté (ce qui est le propre de l'utopie de la modernisation, de l'idéologie dix-neuviémiste). Or, cette illusion est encore dominante – il suffit de constater l'importance des théories phénoménologiques, mais aussi, nous y reviendrons encore, les logiques postmodernes qui sont, précisément, le déni de la dialectique.

En effet, par ses effets de montage, le cinéma est le miroir spéculaire de la *flânerie* comme *expérience vécue* de la fantasmagorie de l'espace ; et, par sa mécanique des genres, il est le miroir spéculaire du *jeu*, comme fantasmagorie du temps. Le cinéma offre une perception de *flâneur* à son spectateur.

La pratique de la flânerie, chez Benjamin, peut s'analyser en ces termes :

*« aux yeux de l'oisif qui flâne dans les rues, les choses apparaissent détachées de l'histoire de leur production, et leur juxtaposition fortuite suggère des liens mystérieux et mythiques. Le temps devient « un tissu de rêve où le passé le plus lointain se rattache aussi à un événement présent ». Les significations se lisent en surface : « la fantasmagorie du flâneur : déchiffrer sur les visages la profession, l'origine et le caractère » »*¹⁴⁵.

Cette pratique se retrouve dans la manière dont Cavell voyait les usages cinématographiques. L'on n'allait pas voir un film, mais on allait au cinéma, en dilettante. C'est d'ailleurs à ce titre

¹⁴⁴ Cavell S., *La projection du monde...*, op.cit., p.36

¹⁴⁵ Buck-Morss S., *Voir le Capital...*, op.cit., p.63

qu'il n'y voyait pas un fort impact du social, comparativement aux usages générés par le fait « d'aller voir un film » - ce que nous critiquerons avec plus de précisions dans la Partie III. Le film a une autorité, et il est un facteur d'unité socioculturelle que n'a pas la salle et, il est à ce titre notable, de remarquer que l'État s'est vraiment intéressé au cinéma à partir du film sonore, c'est-à-dire à partir du moment où le même objet pouvait être vu et entendu sur l'ensemble du territoire.

Toute la puissance réflexive du cinéma consiste justement, aux yeux de Cavell, non pas à donner à voir notre monde, mais à projeter *un* monde ; la logique fictionnelle du cinéma offre un imaginaire au « second degré » avec lequel, pourtant, le spectateur arrive à entrer en relation et arrive à engager une identification symbolique. Le spectateur jouit d'un plaisir étonnant d'être dans une situation de double hors-jeu : les choses ne sont pas présentes dans l'actuel, mais présentes à sa perception ; il n'est pas présent aux choses qu'il voit, mais il les perçoit tout de même. Le cinéma, nous dit Cavell, a ainsi une double magie : magie d'un monde qui se réalise spontanément sous nos yeux et magie d'un spectateur qui peut contempler le monde sans être vu.

Évidemment, il n'y a pas de magie ; il y a du désir. Et ce désir peut être comparable à celui qui anime le *flâneur*. Il y a une dimension de jeu, dans cette (im)posture où le spectateur/flâneur apparaît comme un autodidacte ayant appris à se distancier en faisant de la réalité une fantasmagorie. Cela est d'autant plus socialement acceptable – d'où le fait que l'on ne s'interroge plus sur l'impact social – que, précisément, il a réellement affaire à une fantasmagorie et, en outre, que celle-ci est collectivement partagée. Cela est principalement possible, nous l'avons vu, dans le cadre de la fiction.

Il en résulte, chez Cavell, des usages et des critiques des usages qui sont comparables avec ceux définis par Benjamin. Le spectateur jouit d'un relatif détachement au monde projeté. Les choses apparaissant à l'écran sont détachées de l'histoire de leur production, puisque précisément, c'est l'effet mythologique de leur autoréférentialité qui constitue le plaisir de la « magie du cinéma ». De même, le spectateur analyse en surface, il joue à déchiffrer les types qui lui apparaissent à l'écran. N'oublions pas que, selon Cavell – qui reprend pour beaucoup l'analyse antérieure de Panofsky – la puissance expressive du cinéma provient du fait qu'il opère par typologie d'acteur et par genres de films.

En effet, les rôles – surtout ceux des stars – se rangent sous des types invariants à la construction desquels l'interprétation que donne le comédien contribue de manière irréductible ; mais, au cinéma, le type est moins le personnage que l'acteur. La notion de

monde autoréférentiel est ici d'autant plus accentué, et la question de l'impact social encore plus dénié, que le personnage, le type, se forme au fur et à mesure que l'acteur l'actualise. L'intelligibilité est renforcée par le réseau intertextuel de la filmographie de l'acteur.

De même, le genre au cinéma est moins une catégorie esthétique, qu'une force d'engendrement, un ensemble de principes générateurs, présidant à l'actualisation d'un certain nombre de potentialités inhérentes au médium et fonctionnant jusqu'à l'épuisement de ces dernières. Autrement dit, le genre est moins une catégorie académique, qu'un outil pour la production comme pour l'interprétation. Dans, *À la recherche du Bonheur*, Cavell insiste d'ailleurs sur ce point, en déclarant que la naissance d'un genre est moins intéressant que sa perpétuation en termes d'héritage et de compensation : plutôt que de devoir se montrer conforme à des traits, un film de genre devient intéressant dans la manière dont il rend compte de son héritage, du genre comme *bien commun*¹⁴⁶.

Le public *flâneur* est ainsi beaucoup moins sérieux que les ambitions autotéliques du rêve de *totalité* auxquels aspirent les théories esthétiques et philosophiques modernes antérieures. Et la « consommation » de film peut être la réponse spéculaire des effets de mécanisations propres aux effets de modernisation. Apprécier convenablement la typologie de l'acteur chez Cavell revient à évaluer la manière dont celui-ci est éprouvé par le regard de la machine chez Benjamin. Une façon d'apprécier la manière dont l'humain peut s'émanciper des effets de mécanisation et, expertiser cela en étant dans une posture qui, elle-même est différente de celle de l'ordinaire (puisque le spectateur a le corps en repos).

N'oublions cependant pas les risques qu'encourt le *flâneur*. Cette situation d'hors-jeu est extrêmement complexe et difficilement tenable. Le flâneur, pour mémoire, reste tout de même *sujet à / objet de* la marchandise, c'est-à-dire fragile face aux débordements de la fantasmagorie et des fétichisations. Il en est de même dans la posture de spectateur, qui reste *sujet à / objet de* l'ordre symbolique, de la sociabilité.

Benjamin, pour pointer la frontière, insiste sur la différence entre *Erfahrung* et *Erlebnis*, c'est-à-dire entre *l'expérience* (qui est le fruit du travail, création active de la réalité) et *expérience vécue* (qui est propre à la fantasmagorie de l'oisif, une réponse réactive). Le *flâneur*, comme l'ouvrier, et peut-être le spectateur, sont esclaves, corps et âme, d'un mécanisme et si fortes que soient les émotions privées, dans le jeu, dans le travail à l'usine et peut-être face à un film, nous dit Benjamin, ils ne font que réagir par voie de réflexe. Dans

¹⁴⁶ Cavell S., *A la poursuite du Bonheur. – Hollywood et la comédie de remariage*, Paris, Les Cahiers du Cinéma, 1993

tous les cas, aucune de ces relations ne représentent une expérience sociale (au sens *d'Erfahrung*) à même de fournir une connaissance de la réalité au-delà des apparences. Le jeu, le travail, le film participent d'un inconscient collectif pour lequel la réalité revêt la forme distordue du rêve. Parce qu'éprouvé collectivement, la fantasmagorie tend à apparaître comme objective et, ainsi contribuer à des normes sociales. (N'oublions pas que Benjamin a longuement analysé les sources de reproduction capitaliste et de fascisation par les effets d'acculturation de leur discours, lesquels s'emploient, précisément, à occulter toute forme de posture réflexive chez les individus.)

C'est, par exemple, une critique que l'on peut apposer à *Inglorious Basterds* (Tarantino, 2009). Il s'agit d'un film qui n'offre au spectateur aucune problématisation d'ordre symbolique, au profit du seul plaisir de voir des actions violentes. Ce déni du symbolique se justifie par le fait que les protagonistes ont comme tâche de tuer des nazis c'est-à-dire une certaine « incarnation du mal », une représentation du mal) ; il se justifie aussi du plaisir du spectateur d'évaluer ses connaissances imaginaires – repérer des citations visuelles, s'amuser à voir une pratique de scalp appliquée dans un contexte historique radicalement différent, etc. L'on a alors le plaisir de partager une haine commune de « l'incarnation du mal », mais on ne cherche pas à comprendre les logiques qui ont conduit à cette situation historique ; de même, l'on tend à oublier que prend plaisir à voir cette « incarnation » châtiée par des pratiques propres à une communauté qui a souffert de la violence. Non seulement ce film ne rend compte de rien, mais il tend même à mélanger les contextes tout en veillant à surtout en occulter les dimensions problématiques. Là, le spectateur flâne dans l'Histoire et dans l'histoire du cinéma et ce, de manière absolument superficielle.

Benjamin ne met pas à l'index le cinéma, bien au contraire, mais il rappelle que le seul plaisir du jeu n'est pas suffisant et nécessite une approche réflexive. La dimension politique chez lui, rappelons le, consiste notamment à cartographier (même symboliquement) le monde et à se situer vis-à-vis des coordonnées de la marchandise, les films en faisant partie. Il faut comprendre la manière dont le dispositif engage notre interprétation, la manière dont il rend compte des processus d'écriture et de production, et la posture critique de l'idéologie et des utopies que le spectateur peut avoir. Par exemple – qui est d'ailleurs un contre-exemple radical du film de Tarantino - *Unthinkable* (Gregor Jordan, 2010) : un personnage, après sa conversion à l'islam, est arrêté par les services fédéraux après avoir déclaré dans une vidéo qu'il a posé des bombes nucléaires dans trois grandes villes américaines ; l'agent Brody, spécialiste de l'interrogation, est appelé pour que le terroriste déclare leurs emplacements. Le problème que pose ce film est de déterminer les limites « morales » de la méthodologie de son

interrogatoire – Brody est-il fasciste ou pragmatique ? - , de déterminer jusqu'à quel point la violence est ou n'est pas une solution face au terrorisme – qui est proprement la limite de la sphère symbolique américaine et mondiale post 11 septembre. Si, dans le mouvement de la fiction, nous cherchons à savoir si le converti est effectivement terroriste ou simplement « faussaire », le fait de voir régulièrement les autres protagonistes réfléchir, intervenir sur les pratiques de Brody – pour, finalement, céder -, ce film opère une analyse critique de l'idéologie politique américaine et de l'idéologie de sa pensée sécuritaire. Le jugement du spectateur glisse, oscille, dans le film et ce qui s'opère dans son *regard* peut très bien être relancé dans son *point de vue*. Dans le jugement apposé sur les protagonistes, comme dans les jugements ordinaires au sein de l'espace public, nous voyons bien à quel point nous avons tendance à avoir des critères implicites – et occultés par une « morale » qui devient vite insignifiante – et c'est tout le rapport de confiance vis-à-vis des sources d'information qui est relancée. Ce film ne dit rien, en soi, il n'apporte aucune vérité transcendante ; il déconstruit les « vérités transcendantes » et montre la définition contemporaine de « vérité », c'est-à-dire construction sociale historiquement et pragmatiquement déterminée. Il y a là, une incitation à « cartographier » qui est bien loin des représentations du contre-terrorisme que nous retrouvons, par exemple, dans la série *24h Chrono*.

Benjamin n'est donc pas un rationaliste qui entend étouffer l'importance du désir et du rêve, et il n'aurait certainement pas contredit la remarque suivante de Cavell :

« c'est une bien piètre idée du fantasme que de se figurer que c'est un monde coupé de la réalité, un monde qui exhibe clairement son irréalité. Le fantasme est précisément ce avec quoi la réalité peut se confondre. C'est par le fantasme qu'est posée notre conviction de la valeur de la réalité ; renoncer à nos fantasmes serait renoncé à notre contact avec le monde »¹⁴⁷.

Ce que critique Benjamin est précisément les inférences des effets de la mécanisation sur notre mode perceptif et donc, a fortiori, sur les fantasmes :

« Les images de rêve construites par le capitalisme passent librement les frontières, y compris celle qui sépare les expériences réellement vécues par un individu de l'histoire collective des générations antérieures, dont seuls les livres permettent de « faire l'expérience ». Ce qui importe au niveau individuel et collectif, c'est qu'en ramenant ces images à leur origine historique, il est possible de se réveiller d'un rêve avec une conscience historique permettant de l'interpréter comme un cauchemar – ou de le réaliser comme une aspiration »¹⁴⁸.

¹⁴⁷ Cavell S., *La projection du monde*, op.cit., p. 124

¹⁴⁸ Buck-Morss S., op.cit., p.96

Le *flâneur* peut ainsi néanmoins avoir une dimension réellement politique. Si l'écueil de la *flânerie* consiste à ne rester qu'à la lecture de surface, c'est-à-dire à une perception simplement fantasmagorique, la dimension politique, qui est toujours liée à l'éveil chez Benjamin, consiste à remonter aux sources historiques de l'image tendue par l'interprétation. C'est ce qu'invite à faire le réalisateur de *Unthinkable*, vis-à-vis des discours « informationnels » et vis-à-vis des représentations. C'est aussi cette perspective que l'on retrouve dans la carrière critique de Serge Daney : lorsqu'il analysait la télévision, lorsqu'il faisait la (re)critique de film à leur télédiffusion, il s'agissait moins de donner son avis, il s'agissait moins de rejeter a priori la télévision, que d'interpréter les images et la manière dont le régime de représentation propre au dispositif leur donne une signification et permet (ou non) une distance critique. Et le problème qu'il a pointé, dans le régime de représentation télévisuel, consistait en ce que l'ordre du discours était dans une logique de flux, de répétition, de « mise en attente » sans aucune conclusion, sans aucune mise en avant des processus de production...

À ce titre, inversement, le cinéma offre une expérience doublement dialectique au spectateur : d'une part, le film, qui exprime la tension propre à *l'expérience vécue* versus *l'expérience*, et la salle qui exprime la tension entre l'expérience singulière et l'expérience collectivement vécue.

Cavell offre un petit peu plus de précision quant à la tension de l'expérience filmique. Celle-ci peut être morale. Mais la morale chez Cavell n'est pas une liste de précepte ; il s'agit plutôt d'une manière d'observer les comportements, les manières d'être des sujets que l'on doit considérer. Il s'agit, en somme, de profiter de la distanciation pragmatique au monde perçu, pour pouvoir saisir ce que Cavell nomme « la chose qui importe » : un basculement dans l'histoire, un basculement dans le personnage... C'est ce qu'on pourrait appeler le *Kairos Cavellien*, la « saisie du moment important », qui implique une posture éthique spécifique – qui s'expérimente au cinéma, voire dans toutes formes de fiction, mais qui peut s'appliquer dans l'ordinaire, dans l'espace de sociabilité – qui n'est pas auto-centrée, mais, au contraire, attention portée sur les expressions qui nous entourent, reconnaissances des problématiques implicites singulières – que, parfois, au final, nous partageons. Cela permet d'envisager un *monde commun* – dont la condition de possibilité consiste, avant tout, de comprendre les éléments qui y participent (Cavell n'est pas « moraliste » - il n'impose pas une « vue » chrétienne qui voudrait de partager le monde parce qu'il faut partager le monde -, il est « pragmatique » - il faut trouver des conditions de vie commune parce que, de fait, nous partageons malgré tout le même espace) . Loin d'être un simple plaisir de voir un monde se

projeter sous nos yeux, cette approche morale implique une attention aigüe à ce qui s'y passe. Loin d'être une expérience complaisamment narcissique, où l'on se plaît à modifier les stimuli de l'environnement et avoir une conscience altérée par la distraction sensorielle, ce rapport au film, au contraire, implique un éveil de la conscience, une prise de risque, où l'on se projette dans le film, et où l'on cherche la source de la problématique à travers ce que l'on peut voir dans le champ et déduire par le hors champ.

Le problème est que, parce qu'il y a projection automatique d'images, le cinéma tend à simplement satisfaire le désir de reproduction magique du monde, ce qui ôte au spectateur la responsabilité d'avoir à le voir. La réflexivité de l'expérience du spectateur n'est pas garantie par le film, elle est également à la discrétion du spectateur et de son environnement.

C'est aussi à l'exploitant, à la salle, également d'encadrer l'expérience du spectateur ; d'offrir des conditions de possibilité d'une pareille réflexivité, et cela passe par des bonnes conditions d'expériences (la salle et le spectacle) et la proposition d'expériences (programmation). C'est le travail discursif de l'exploitant, ainsi que la manière dont le collectif réagit au film qui tend à faire du film soit un pur indice d'un monde qui n'est pas présent, soit une icône du monde. C'est également le lien que le spectateur peut opérer avec ce que Cavell nomme « les camarades absents » : une relation discursive virtuelle entre l'intertextualité du film et celle du spectateur.

L'un dans l'autre, l'exercice de reconnaissance privée et l'épreuve de la relation symbolique, sont deux outils permettant au spectateur, vis-à-vis du film, d'établir une *cartographie cognitive* de son environnement (qu'il soit concret comme symbolique). À la carte spatiale se superpose une carte temporelle : la chaîne d'images distrayantes de la perception dans la salle fonctionne alors avec le mécanisme de *réminiscence* (reconstruction de la problématique sous son angle historique et symbolique).

Cette dimension politique du spectateur/flâneur se complexifie, se transforme selon les films présentés, mais également selon les manières dont le film est médié, ainsi que selon *l'aïsthésis*. Si, dès Benjamin, le *flâneur* est devenu une sorte de détective, il est particulièrement intéressant de noter toute la réflexion que Jameson a fait de l'imaginaire paranoïaque qui s'est développé à partir des années 1970 dans le cinéma américain et d'y voir, comme figure centrale, celle du détective, qui peine de plus en plus à cartographier, à remonter le cours du temps. Une sorte d'analogie avec les problématiques du spectateur citadin en crise de perceptibilité du flux d'information ainsi que dans la logique urbaine dont la lisibilité devient de plus en plus floue, générant une relative anxiété puisque l'on ne peut ni

s'y positionner, ni imaginer la *totalité*¹⁴⁹. Mais, c'est que la totalité est une notion floue, un concept creux : cette notion, qui vient de Hegel, caractérise désormais, par la négative (c'est-à-dire en excluant toute forme de pensée dialectique, au profit d'une pensée causaliste), les logiques symboliques de sociabilité et les formes institutionnelles.

Dans le contenu des films, ainsi que dans la manière dont on met en scène le spectacle cinématographique, la problématique de la *cartographie* – c'est-à-dire le problème de positionnement dans le symbolique, dans l'espace social et la temporalité sociale - et de la logique de sociabilité sont implicitement présentes. La problématique contemporaine consiste en ce que, parce qu'il y a une multiplication des possibilités d'accès au film, c'est au spectateur qu'il incombe d'être à la fois spectateur de l'expérience esthétique et initiateur de cette expérience. L'on conclut alors assez rapidement d'une compétence des spectateurs, un sens aigu de l'expertise. Mais Benjamin esquissait déjà ce problème à propos du *flâneur* : il ne connaît pas nécessairement les conditions de production de la marchandise, mais veut se poser comme expert du marché (des prix) ; de même, s'il est sujet à la marchandise, il est également objet de la marchandise. Et il n'est pas étonnant de voir – nous le soulignerons dans les prochaines pages - que les goûts sont catalogués, deviennent même objets de spéculations, notamment sur *Internet*. Il y a toute une *économie de l'attention* qui se développe, mais, le problème de cette économie est qu'elle définit l'attention de manière parcellaire et non dialectique : c'est l'attention d'un Ego, d'un individu, plus que l'attention de sujet (qui, elle, serait prise sous l'angle dialectique).

Cette situation intenable était déjà avancée par l'analyse Benjaminienne de l'esthétique fasciste où la masse apparaît à la fois comme objet et spectateur de l'art fasciste. Évidemment, nous n'en concluons pas qu'*Internet* est un dispositif fasciste ; nous ne faisons que glisser la persistance de la problématique du sujet qui ne sait pas s'inscrire dans une *totalité* de plus en plus complexe (puisque indéterminable) et qui lui fait l'injonction, pourtant, d'être un *sujet totalisant* (qu'il ne saurait être puisqu'il est sujet d'un système de relation).

Mais cela est une problématique liée aux NTIC. Pourtant, cela a une incidence sur le spectacle cinématographique. Il apparaît que ce cinéma dont parlent Benjamin et Cavell ne soit plus le cinéma réellement dominant. Il est d'ailleurs notable que Benjamin n'ait écrit que des perspectives possibles et que Cavell, quelques décennies plus tard, conjugue sa théorie au passé ; une sorte de modernité déchuée, qui n'a plus lieu. Il est vrai que le discours évoquant la

¹⁴⁹ Jameson F., *La totalité comme complot*, op.cit.

mort du cinéma, qui a déjà eu plusieurs occurrences, s'est multiplié aux cours des années 1980. Pour autant, c'est moins la mort du cinéma, que la fin de nombreux vecteurs dont cette époque a été témoin. Et ces vecteurs ne sont pas seulement ceux de l'esthétique du film, mais, nous le soutiendrons dans la deuxième partie, également ceux de la mise en scène du spectacle cinématographique. C'est, en quelque sorte, la fin d'une époque.

La logique structurelle reste cependant fondamentalement la même, ce sont les vecteurs qui changent, et ce sont ces nouveaux vecteurs qu'il faut aller puiser maintenant. Ce faisant, nous postulons deux choses. D'une part, que le spectacle cinématographique est en train de proposer de nouvelles formes esthétiques qui rendent compte de ces problèmes. D'autre part, que la logique de médiation de l'exploitant peut encore avoir une signification politique, notamment en reconsacrant l'importance de l'espace public, cela en redonnant une temporalité politique à l'expérience cinématographique. Plus prosaïquement, il s'agit de donner un repère au spectateur *flâneur* en signifiant un repère temporel à la médiation cinématographique. Cela, - nous le verrons notamment dans la troisième partie, consacrée à la praxis de l'exploitant - est beaucoup plus manifeste dans les exploitations de zones côtières ou rurales, que dans les grandes métropoles¹⁵⁰.

¹⁵⁰ Il s'agit en effet, du travail sur la temporalité de la séance, mais également sur la programmation même des films. L'exploitant du *Ciné* à Quiberon résume assez bien cette dimension avec le langage qui est le sien : « *C'est vrai que déjà, il n'y a plus de première partie. Bon, ça c'est pas de notre fait à nous, les petits ; c'est les gros qui sont pas là pour glander, mais pour gagner des sous. La première partie, c'est un peu l'opposé de « l'usine » et j'ai eu l'occasion d'aller à des réunions, et les gens des villes, ils aiment plus ce côté « usine », quoi. On rentre, on paie, on regarde le film, on ferme sa gueule et on s'en va. C'est un peu le but. À part quelques-uns qui font des efforts, je pense par exemple à Europalace. Les autres... Mais bon, ils gagnent plus de sous que nous, alors peut-être qu'ils ont raison...*

(... Le problème dans la programmation à Quiberon, c'est) qu'il n'y a que 5000 habitants, du coup, il faut faire une rotation en fonction de ces habitants. Des fois, il n'y a pas de film qui corresponde. Mais ça me permet de décrocher aussi : des fois, il y a pas grand chose, alors je met des films que le samedi et dimanche et hop le reste je me repose. Cette année, j'ai pas à me plaindre, on a eu pas mal de choses déjà ».

II. La médiation culturelle à l'aune des problématiques de flux et la place du spectacle cinématographique

Bernard Lamizet m'a glissé un jour un problème du cinéma quant à son articulation entre *histoire* et *mémoire*. Il est assez étonnant de remarquer qu'effectivement, ce problème ne trouve de résolution ni chez Benjamin, ni chez Cavell. Pis, il se retrouve de manière de plus en plus manifeste au fil de l'histoire du cinéma (aussi bien dans l'esthétique que dans la valorisation du spectacle) et se retrouve dans les travaux de Jameson sur le postmoderne.

Mais ce problème n'a pas de résolution définitive. Et chaque condition de perception, chaque partage du monde implique de relancer une manière de disposer les objets et les sujets problématisant l'idéologie dominante, les résidus de l'utopie de la modernisation, et ce, notamment en confrontant le sujet à l'articulation complexe au film, à la salle et à l'espace de sociabilité. Ces trois termes trouvent un rapport problématique, au sein du sujet, dans l'articulation *mémoire / histoire*.

Benjamin et Cavell ont offerts cette problématique dans un cadre spécifique, à nous de reconstituer le nouveau cadre problématique.

Le problème, en termes Benjaminien, est que si le temps devient un tissu de rêve où le passé le plus lointain se rattache à un événement présent, cela ne se lit qu'en surface. Il ne s'agit que de déchiffrer ce que l'on voit. Mais, cette détermination ludique conduit donc à une rupture dans le continuum temporel dont seul le spectateur peut faire la suture (or, il n'est pas expressément invité à la faire). Cela conduit à une véritable difficulté politique.

En effet, si l'histoire est la représentation, politique et culturelle, de la temporalité de la société, la mémoire est, quant à elle, la représentation psychique et culturelle, de la temporalité du sujet singulier. Le cinéma opère une confusion entre la dimension collective de l'histoire et la dimension singulière de la mémoire que même la salle, en tant que représentation de l'espace public, ne saurait résoudre. Autrement dit, le cinéma implique, de

la part du spectateur, une double articulation au collectif : celle de l'expérience de la salle, mais également dans l'espace et le temps social.

Au contraire, une expérience purement narcissique du film – qui approche donc ce que Benjamin craint le plus dans le fascisme – s'enracine dans le refoulement de la dimension singulière de la mémoire et dans le refoulement de la dimension sociale de l'histoire. Au lieu d'être défini en fonction de son engagement dans la temporalité historique et dans son positionnement vis-à-vis de la marchandise, le spectateur se complaît dans ce qui lui paraît être son actualité (temporelle, spatiale, symbolique et factuelle). Il est vrai que, comme m'a glissé Bernard Lamizet, la logique de l'identification, qui fonde l'esthétique et la sémiotique du récit cinématographique, contribue à renforcer cette confusion entre histoire et mémoire dans la confusion entre la temporalité de l'histoire et celle de la mémoire.

À ce problème, Benjamin proposait une alternative qui, si l'on en croit Fredric Jameson, n'est désormais plus possible. En effet, Benjamin percevait le cinéma comme image dialectique – et qui, comme toute image dialectique, c'est-à-dire comme synthèse de forces antagonistes, est valeur *pharmakon* – qui pouvait aussi bien nous engager dans une logique narcissique que dans une logique où l'image appelle la chaîne signifiante de la mémoire de l'enfance où l'on pouvait encore être témoins d'une logique plus traditionnelle. Tout le problème, dans l'articulation délicate entre histoire et mémoire consiste, chez Benjamin, en l'oubli de la mémoire qui conduit à ne voir dans l'Histoire que la nouveauté qui est répétition du Même ; un écrasement de l'histoire et de la mémoire dans un pur présent. C'est en reconnaissant une historicité à l'objet et en reconsacrant la temporalité singulière de la mémoire que le sujet Benjaminien trouve une alternative à la répétitivité des mécanisations du présent.

Cependant, comme nous l'avons déjà évoqué, cela marque toute la distance symbolique qu'il y a désormais entre Benjamin et nous. En effet, tous les théoriciens de la modernisation voyaient dans la modernité une tension entre modernisation et cultures qui n'ont pas intégré ces appareillages ; il y avait alors simultanément de cultures incommensurables vis-à-vis desquelles le sujet pouvait se situer. Mais qu'en est-il si cette hétérogénéité disparaît et qu'il y a effectivement un écrasement de la superstructure dans l'infrastructure, une homogénéisation de l'expérience dans le régime spatial et temporel des Nouvelles Technologies ? Nous sommes effectivement témoins de l'évolution de l'exploitation cinématographique qui a de plus en plus tendu vers une *événementialisation* de la sortie nationale, vers un calendrier de sortie de plus en plus riche, rapide et concurrentiel, vers une rotation des films de plus en plus

rapide car contingentée par l'impact des autres médias... Dans le même mouvement, nous sommes témoins de la multiplication de dispositifs de jugement dont les critères s'écartent toujours plus des questions proprement esthétiques et politiques au bénéfice de jugements de goût... De même, la « politique des auteurs » a échoué par son succès même : en étant trop proche d'une conception de l'auteur comme générateur d'idiosyncrasie élémentaire, il est devenu facile d'être un auteur de cinéma ; cette théorie avait oublié, entre temps, la dimension politique. Comme si, manifestement, nous étions restés dans une utopie de la modernisation, dans une idéologie qui consacre l'individu (tout en l'exploitant dans une économie de l'attention ; jouant du paradoxe reconnaissant une singularité tout en la catégorisant et en la valorisant dans une chaîne de singularité).

Ainsi, si en termes théoriques, on ne peut plus parler de « mémoire collective », puisque cette notion est ambiguë et empêche de voir les subtilités entre mémoire et histoire, il est cependant notable que nous sommes moins dans un régime *d'historicité* que dans un régime *mémorial*. L'on « dispose » les sujets à dénier l'Histoire en jouant à parcourir plaisamment dans la mémoire – la flânerie n'est finalement qu'un braconnage de mémoire ; et si Cavell et Benjamin nous semblent importants – et que nous visons à réactualiser leurs approches du cinéma – c'est parce que « les mondes possibles » que propose le cinéma ne prennent de sens qu'en fonction d'une relative historicité du sujet, ne prennent sens que dans une réarticulation à l'Histoire. Le cas échéant, l'on perd toute réflexivité, l'on plonge directement dans la logique idéologique propre à l'utopie de la modernisation.

Loin de résoudre ce problème, le champ du cinéma – nous le verrons dans la deuxième partie – a plongé en son cœur, et les effets de *mimétisme* se sont multipliés. Pour le dire autrement, loin d'offrir un cadre réflexif au spectateur, le champ s'est institutionnalisé sur une pratique indéfinie qui noue des similitudes avec l'idéologie dix-neuviémiste ; l'apparition des NTIC n'a fait que renforcer cette tendance, en insistant sur la performativité de l'utopie de la modernisation.

Comme si la question de l'articulation Histoire / mémoire était automatiquement évincée dès lors que l'on a accepté – moins comme une fatalité que comme un soulagement – que, dans les jugements esthétiques comme dans les jugements ordinaires, les prétentions à parler pour nous ne se fondent que sur elles-mêmes pour revendiquer un accord qui n'est pas là. À la limite, les dispositifs de jugement – si besoin se faisait sentir de se justifier – permettraient de trouver une sorte d'équivalent au « sens commun » de Kant : le « sens communautaire » (ici la

logique de ce que l'on nomme les « communautés de réception »)¹⁵¹. Autrement dit, à l'écrasement de la dimension historique et temporelle s'adjoint une division spatiale et horizontale. Et, à partir de là, le problème se complexifie puisque la perte de dimension historique est totalement occultée au profit d'un engagement constant dans un relatif « immédiat » de rapports de force, de lutte. (C'est à ce titre que nous voyons s'opérer un glissement où le sujet n'est pas défini par une identité et un *désir*, mais vise à affirmer son identité par le *conatus* – nous y reviendrons très précisément en Partie II. Pour l'heure, il s'agit de rendre compte des nouvelles problématiques *aïsthésiques* et de voir quelles propositions formelles le cinéma peut offrir au spectateur désirant)

Ce problème insoluble n'a donc pas trouvé d'alternative. Et, à l'image du problème du sujet des Lumières qui, ayant choisi d'enquêter sur le subjectif, s'est mis en retrait du monde, le cinéma s'est détourné de la question de l'articulation de l'historique et du mémoriel au profit d'une problématisation de l'actualisation entre virtuel et réel. Autrement dit, une question sur la présence du présent et des possibilités (imaginaire et symbolique) de présent et d'à-venir. Comme si la synthèse devait à nouveau se faire au sein du sujet, comprenant en son sein à la fois le sensorium humain et l'intellection.

Avant d'entrer de plain pied dans l'analyse des problématiques contemporaines de l'expression et de l'exploitation cinématographique, il est nécessaire de comprendre les problématiques générales générées par les développements d'Internet et des NTIC. Si jusqu'à récemment, Internet n'apparaissait que comme un nouveau média, une infrastructure supplémentaire, il est vite apparu qu'il a profondément modifié toute la structuration de la culture ; les usages liés aux NTIC ne sont pas de simples reprises des pratiques antérieures, au contraire, ils tendent à modifier la définition générale des pratiques et des usages. *Internet* est, à ce titre, exemplaire des problématiques contemporaines de la structuration de la culture ; *Internet* (et ses usages) est un objet à travers lequel l'on peut entrevoir les problématiques contemporaines de *l'aïsthésis*.

¹⁵¹ Mais, comme nous l'avons un peu indiqué dans le chapitre précédent, le sens communautaire, c'est-à-dire axé sur la micropolitique, implique moins un regard qu'un point de vue (c'est-à-dire l'articulation avec l'espace public). C'est sur ce point que la question du regard est, sinon déniée, au moins opacifiée par rapport aux questions de pouvoir. Ce qui explique, du reste, la problématique de l'interpassivité, c'est-à-dire la transmission de notre passivité aux nouvelles technologies, qu'évoque Zizek. Zizek S., *Fétichisme et subjectivation interpassive*, disponible sur :

http://www.marxau21.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=26:fetichisme-et-subjectivation-interpassive&catid=51:zizek-slavoj&Itemid=70, consulté le 20 avril 2009

C'est par ailleurs, ce constat, suite à l'émergence des dispositifs de réseaux sociaux, qui se retrouve dans l'expression « Web 2.0 ». Le « Web 2.0 » est caractéristique d'une toute nouvelle structuration de la culture dont nous devons avoir au moins une compréhension globale tant elle modifie radicalement les industries culturelles et les pratiques. Les NTIC offrent un nouveau cadre de perception, une nouvelle manière de « disposer » d'engager les objets et sujets, une nouvelle articulation des significations.

Ce n'est qu'ensuite, en s'appuyant sur des essais formels ainsi que sur des théories esthétiques liées aux nouveaux médias, nous proposerons des prolégomènes à une esthétique qui est potentiellement à venir et de situer le cinéma dans cette esthétique.

A. Les relations signifiantes générées par Internet et les NTIC : l'émergence des problématiques de flux

Nous allons donc faire un parcours général afin de repérer quelles sont les nouvelles problématiques qu'engendre *Internet* et les NTIC. Nous verrons qu'il s'agit aussi bien de problématiques stratégiques pour les acteurs du champ, que des problématiques liées à la pratique et aux usages des individus. Dans ce chapitre, nous verrons, dans les grandes lignes, les modifications générales de la structure : notamment l'émergence de la notion de contenu, la logique d'échange de ces contenus, les phénomènes de concentration que l'on retrouve dans le champ de l'industrie culturelle et, enfin, les modes d'appropriation et de création de la valeur.

C'est en parcourant quelques-uns des nouveaux usages que l'on pourra comprendre les problématiques propres au champ cinématographique : à la fois sur un plan esthétique (quelles expériences, quelles formes, quels discours peuvent désormais proposer les cinéastes ?), économique (sur quelle logique économique le cinéma peut-il encore avoir une valeur ?) et sur un plan propre à la médiation (quels rapports de signification et de socialisation le cinéma exploite-t-il ?).

i. Les innovations infrastructurelles et la nouvelle détermination du bien culturel

Les dispositifs permettent non seulement une interaction plus avancée avec l'objet, mais surtout de le transférer d'un support à un autre. L'objet culturel, diffusé par les médias est désormais assimilé à un *contenu*, c'est-à-dire que *l'objet valorisé apparaît comme indépendant de son support*. Le film n'apparaît par exemple plus que comme un agencement audio-visuel autonome ; la musique comme une suite de sons émancipées de la nécessité d'un support fixe. Si la notion de *contenu* existait bien avant les NTIC, c'est avec ces nouveaux dispositifs qu'il est exploité économiquement de manière radicale, et que l'acculturation exponentielle à cette pratique tend à réduire l'objet artistique à son contenu, à son discours. Pour le dire autrement, l'on tend à séparer la relation dialectique discours/support, en indifférenciant les supports – c'est, du reste, précisément ce que critiquait Platon avec le *pharmakon*, et nous aurons l'occasion d'y revenir.

Aux commodités de transfert d'un support à un autre, le *contenu* devient un bien consommable et consultable en dehors des contingences d'un support initial. Notamment les contraintes de capacité. Puisque la diffusion de données s'étalonne sur 24 heures, la diffusion d'une donnée, dans un média classique, implique l'exclusion d'une autre ; inversement, sur *Internet*, ou à travers la mobilité multi-support des données, ces contraintes n'existent plus au niveau de la diffusion (mais elle devient très importante au niveau du consommateur, ce qui s'avèrera une problématique très importante). Il est notable que les NTIC - et principalement *Internet* - ont contribué à un nouveau mode d'accès aux productions culturelles. Médiamétrie a notamment estimé en 2009 que 9,3 millions de français ont pu regarder des programmes télévisés en différé grâce aux dispositifs d'enregistrement¹⁵². La commodité des dispositifs des NTIC est également renforcée par son apparente gratuité pour l'utilisateur.

Les *contenus* apparaissent toujours comme un instrument potentiel de développement culturel. D'une part, dans la manière dont ils offrent aux spectateurs une représentation de la société ; d'autre part, ils sont également créateurs de valeur. La notion de contenu ne contredit pas la dimension dialectique du rapport au bien culturel : le rapport de création et/ou de confirmation de valeurs collectives par l'expérience singulière. C'est en cela qu'ils apparaissent comme *biens communs*.

¹⁵² Gabszewicz J. et Sonnac N., *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La découverte, édition révisée et augmentée 2010.

Ce sont également des *biens publics* en ce qu'ils répondent au principe de « non rivalité » : la consommation d'un contenu par un individu ne réduit pas les consommations possibles pour un autre individu. L'on peut même dire que la dématérialisation et les abaissements de contingentement spatial et temporel engagent encore plus profondément ce principe. Et c'est précisément la possibilité technique de transformer tout contenu en bien public pur qui pose problème aux marchés qui sont encore structurés sous l'aune d'un *bien public par exclusions* – c'est-à-dire des marchés qui impliquent un coût d'accès aux consommateurs – dont fait partie l'économie du cinéma. La structuration de la culture à l'aune d'*Internet* pose très précisément la tension entre *bien commun* et *bien public*, qui est caractérisée dans la manière dont on peut rattacher une valeur commerciale à la valeur d'usage et à la valeur culturelle.

Cette tension a d'ailleurs déjà été rencontrée avec la nécessaire harmonisation entre la Télévision et le champ cinématographique. Au final, la solution apportée par l'État a été d'élargir la solution de financement du bien public pur qu'était le TV hertzienne au cinéma : la TV hertzienne est financée par la publicité et par des redevances ; ces mêmes chaînes sont taxées sur leur chiffre d'affaire pour participer au financement global du champ cinématographique. Nous comprenons dès lors que l'harmonisation consiste en une structuration autour de la notion de *bien commun*.

Tout cela implique que la régulation des industries culturelles, suites aux bouleversements du secteur, ne permet pas un marché suffisamment mature pour qu'il soit procédé à l'aune de la souveraineté du consommateur. Cela s'explique pour deux raisons : d'une part, parce que l'objet lui-même n'est pas caractérisable a priori par le consommateur et, d'autre part, parce que, en tant que marché de *bien commun*, une diversité doit être assurée. En effet, les contenus médiatiques sont des biens dits *d'expérience*, c'est-à-dire que l'on ne saurait réellement évaluer leur qualité a priori, mais seulement après l'avoir consommé. Les stratégies de valorisation portent dès lors moins sur la garantie de qualité que sur une animation du *désir d'expérience*. La dimension problématique de ce cas de figure consiste en ce que c'est la qualité de signalisation, la prégnance du discours promotionnel, qui garantissent une consommation plus rapide. Le phénomène de *branding* - c'est-à-dire de stratégie marketing portant sur l'image de marque – devient un outil extrêmement précieux puisqu'il apporte une grande visibilité et une lisibilité plus rapide pour le consommateur. D'autre part, les contenus ne sont pas exploités de manière totalement libérale, mais sous tutelle de l'État. En effet, parce qu'ils apparaissent comme instruments de développement

socioculturels, les contenus ne sont pas seulement soumis au principe de souveraineté du consommateur, mais également au principe de diversité culturelle. Il s'agit moins de principes qui portent sur le contenu lui-même que dans les possibilités d'accès à différents types de contenus. Par exemple, dans le domaine cinématographique, cela se caractérise par un système de soutien aux productions ainsi qu'aux diffusions de films plus confidentiels, qui ne jouissent pas d'un quelconque *branding*, mais qui sont considérés par les acteurs du champ comme des outils de développement culturel.

Ce dernier point apparaît comme extrêmement problématique parce que, par le biais des dispositifs *peer-to-peer* (transfert de fichiers d'un ordinateur à un autre, voire de plusieurs ordinateurs vers plusieurs ordinateurs), l'accès à une offre diversifiée existe, mais elle n'est pas valorisée monétairement de la même manière que les stratégies classiques. Sous la pression des effets de lobbying des industries culturelles – qui espèrent ainsi, sinon de maintenir l'économie classique, au moins de la conserver le plus longtemps possible –, l'État travaille moins à l'harmonisation des industries et d'Internet qu'à des stratégies coercitives pour réduire les risques de diffusion non monnayées de contenus. Ainsi en est-il par exemple d'Hadopi dont beaucoup de spécialistes voient une absurdité puisqu'elle ne ferait que punir très sévèrement les usagers moyens et faiblement expérimentés, tandis que les usagers experts trouvent déjà des solutions simples et efficaces pour échapper au contrôle¹⁵³. Il est à noter également que ce dispositif vise directement la pratique du *peer-to-peer*, c'est-à-dire la transmission de contenu, l'acquisition non monnayée du contenu ; elle ne prend pas en compte le *streaming*, qui est une consultation sans acquisition du contenu.

Il y a également un dernier point notable à pointer sur la notion de *contenu* et de convergence numérique : la possibilité d'exploiter un contenu sur plusieurs supports à la fois. Ce principe a, par exemple, déjà eu lieu en musique ou en jeux vidéos, où le lancement d'un nouvel album de Madonna s'enrichissait d'une stratégie marketing permettant l'acquisition du single en sonnerie de téléphone mobile et qui a permis une grande vente en un temps restreint, ainsi que l'ouverture d'un nouveau marché (la sonnerie) ; de même, les jeux appliqués à la téléphonie mobile peuvent s'étendre aux consoles de salon et à Internet – Sony notamment envisage des dispositifs où l'expérience de la *Playstation* peut se prolonger à l'extérieur à

¹⁵³ Ibid.

Martin A., *Et toi, tu télécharges ? Industries du divertissement et des médias à l'ère du numérique*, Paris, Pearson, 2010

travers les interfaces disponibles sur les téléphones portables. Autrement dit, un même contenu peut se décliner sur différents supports, profiter de leurs spécificités pour prolonger l'expérience de l'utilisateur.

Nous comprenons alors les différences substantielles entre le bien culturel tel qu'il est classiquement défini et le *contenu*. L'expérience générée par le rapport du contenu s'émancipe des contingences matérielles classiques de diffusion. En cela, la numérisation permet techniquement une plus grande diffusion de ces contenus et en faire des *biens communs*. La difficulté consiste à trouver un moyen de valoriser monétairement cette diffusion. C'est signe que le marché n'a pas totalement pris en compte la logique globale de la médiation culturelle, mais n'a fait qu'insister sur un de ses aspects. Les NTIC peuvent apparaître comme un nouvel espace de négociation absolument déterminant, comme une sorte d'espace où le sens commun trouverait sa source – un théâtre antique médiatisé, à fort exposant – et sa fin – puisque *Internet* reste une u-topie, un lieu autre de discussion.

Cependant, une critique de l'économie politique et symbolique de *l'Internet* reste nécessaire, car pour qu'il apparaisse comme vaste *Médium de réflexion*, *l'Internet* doit être justement réflexif et intégratif. Il doit restituer les logiques de la médiation culturelle (et de la médiation politique). Or, pour l'heure, la notion de contenu pose deux problèmes. D'une part, elle tend à occulter la question de la matérialité du signifiant – c'est-à-dire l'articulation support/contenu. D'autre part, les possibilités d'exploitation multi-supports d'un contenu tend à modifier l'objet qui intéresse l'utilisateur. L'objet ne tend plus simplement à être unique, développé dans le cadre d'un dispositif et diffusable dans d'autres supports, mais également être un objet déclinable sur plusieurs supports. Il y aurait alors un effet de proximité entre l'utilisateur et le contenu, dont les expériences seraient déclinables de diverses manières, selon différentes règles. L'objet valorisé serait alors moins un objet unique qu'un ensemble de « cadre d'expérience ». Reste à déterminer si ces multiples « cadres » sont « disposés » comme *ironies formelles* ou si, au contraire, ils ne seraient pas offerts à la discrétion des usages d'un spectateur (spect-acteur ?) individu – et qui n'aurait pas de distanciation symbolique).

ii. Les nouveaux usages et les nouvelles problématiques de l'utilisateur

Les NTIC et *Internet* permettent le développement de nouveaux usages et probléatisent d'une manière singulière le rôle du consommateur – que l'on n'a pas tardé à qualifier de « consomm-acteur ». Contre le point de vue développé par les lobbys, les usages sont moins des stratégies, que des tactiques, des astuces pragmatiques vis-à-vis de la qualité de l'offre. En effet, il apparaît que le phénomène de téléchargement sont principalement des *samplings*, c'est-à-dire de contenus téléchargés afin de découvrir une série, un film, un artiste... Si cet usage a d'abord émergé dans les réseaux *peer-to-peer* – c'est-à-dire dans une logique qui ne répond pas au copyright -, ce sont désormais parfois les ayants droit qui autorisent le visionnage d'extraits (mais pas le téléchargement) sur les plateformes vidéos (par exemple sur *Dailymotion*).

La motivation semble donc être propre au *bien commun*, vis-à-vis duquel le consommateur peut se positionner. Une enquête de l'institut Gartner a consisté à évaluer quels sont les sites qui permettent aux vidéos de rencontrer une plus grande audience¹⁵⁴ : une vidéo vue sur *YouTube* est statistiquement deux fois plus vue sur *MySpace* et cela s'explique notamment par « l'effet contextualisant » de la fiche profil. Ce principe est encore plus renforcé par la plateforme de recommandation *ULike* qui étend le partage à tous les biens culturels. L'institut évalue à ce titre que 25% des ventes de biens en ligne résulteront directement de ce type de partage.

C'est bien parce qu'il s'agit de *biens d'expérience* que ces usages tendent finalement à chercher à avoir une première expérience non monnayée. C'est donc avant tout une logique d'échange qu'ont permit les nouveaux dispositifs du *Web 2.0*, développant une logique culturelle du don et de l'échange.

La transformation des échanges a également eu lieu avec des réseaux comme *Twitter*, dont la logique est *one-to-many*, c'est-à-dire qu'un individu peut constituer une micro audience à partir d'un message court et accessible via le moteur de recherche du site. Alban Martin y a vu trois conséquences importantes sur le marché du divertissement (mais également de l'information)¹⁵⁵:

¹⁵⁴ Mc Guire M. et Slater D., « Consumer Taste Sharing is driving the online music business and democratising culture », Gartner, 13 décembre 2005, in. Martin A., op.cit.

¹⁵⁵ Martin A., op.cit.

- *Internet* fonctionne dès lors comme un espace médiatique réactif : *Twitter* sert à échanger des liens entre des usagers qui ont des intérêts communs et leur permet d'avoir une information rapide. Ce dispositif se place en complément des médias traditionnels. *Twitter* ne fait que radicaliser un mouvement qui existait dès les blogs ;
- La hiérarchie médiatique est bouleversée : cela permet une information alternative ou, parfois, une information qui ne subit pas les contingences infrastructurelles des autres médias ;
- L'information est facilement accessible : et surtout complémentaire des informations trouvées dans l'espace médiatique classique. Un véritable « capital confiance » s'installe auprès des blogueurs qui deviennent parfois *leaders d'opinion* et qui offrent un jugement sur les biens culturels qui apparaissent comme plus proches des préoccupations du consommateur que les publicités. Il apparaît que les clients sont 50% plus influençables par ce phénomène que par les critiques télévisuelles ou radiophoniques¹⁵⁶. D'ailleurs, par jeu de constructions, ces jugements critiques occupent la même place que le discours promotionnel habituel officiel sur Internet, notamment en devenant privilégiés dans les sites marchands tels qu'*Amazon* qui propose des produits à partir de l'historique d'achat ainsi qu'à partir d'avis d'autres consommateurs rejoignant les mêmes centres d'intérêts.

L'utilisateur est dès lors inscrit dans un dispositif dont il est le centre. Les dispositifs ne sont pas simplement des dispositifs de réception, mais au contraire, également de production et de diffusion. Cela pose problème aux yeux d'une économie qui considère que la valeur du bien culturel est produit par les entreprises. Nous verrons que les principales innovations se sont produites dans une sorte de relation de partenariat avec les usagers. Mais, le problème est qu'il s'agit là de constructions qui ne prennent sens qu'à partir d'une conception « individuelle », dix-neuviémiste, du sujet – d'une conception du sujet comme « anticipateur », qui a une identité « propre et éternelle » et autodéfinie.

De plus, il est important de noter que l'utilisateur n'est pas aussi productif que le laisse croire l'expression « consomm-acteur » : la majorité des consommateurs et des internautes ne

¹⁵⁶ Inteliseek, « Consumer-generated Media exceeds traditional advertising for Influencing Purchase Behavior, finds Inteliseek Study », biz.yahoo.com, in. Martin A., op.cit.

sont pas véritablement producteurs de contenus. De plus, des différenciations s'opèrent au sujet même de ceux qui produisent du contenu, dans le sens où cela implique un certain nombre de compétences et, surtout, du temps. Ainsi, pour l'heure, les usages sur *Internet* doivent moins être perçus comme en concurrence avec les usages au sein de l'espace public que comme leur prolongement. Reste à déterminer si ces nouveaux usages permettent une réflexivité qui était globalement absente jusqu'alors, ou si les offres, la structuration de l'économie et des pratiques ne vont elles pas, d'une manière nouvelle, relancer l'utopie de la modernisation. À ce titre, la question reste ouverte : d'une part, nous verrons, à travers l'analyse de quelques perspectives stratégiques, qu'il y a tendance à relancer l'utopie ; cependant, des formes nouvelles de diffusion, ainsi que des propositions artistiques nouvelles, semblent offrir une nouvelle réflexivité, et de nouveaux espaces critiques.

iii. Quelques business plans et perspectives stratégiques propres à la logique de flux :
l'économie de l'attention

Revenons un peu sur les remarques précédentes pour comprendre tout l'enjeu problématique liés à l'émergence des NTIC et surtout d'Internet. Les infrastructures permettent non seulement aux consommateurs d'être créateurs de valeurs et de participer à une plus grande diffusion des formes culturelles que l'on ne pouvait le faire matériellement. Tout le problème consiste alors pour les entreprises d'avoir un gain monétaire sur ces possibilités.

Autre remarque, la numérisation permet de modifier la logique même de l'objet culturel (objet ayant une utilité et une signification au sein d'une culture): celui-ci n'est plus matériellement contingenté. Il n'est dès lors plus simplement jugé au regard d'un dispositif de réception – ou d'exposition –, mais au regard de plusieurs dispositifs. Certaines créations tendent même à être un corpus d'objets disséminés sur plusieurs dispositifs différents. Un objet est dès lors jugé dans sa capacité à procurer une expérience satisfaisante ; l'expérience pouvant se construire dans le passage d'un dispositif à un autre.

Il faut comprendre que le *contenu* a deux demandeurs : le consommateur et l'annonceur. Évidemment, les attentes de ces deux clients diffèrent, cependant, elles peuvent

parfois converger et, indirectement, contribuer à l'exploitation et diffusion gratuite de contenu. La réussite des entreprises consiste à faire converger ces intérêts.

Or, c'est précisément sur ce point que le rapport entre usages des NTIC et usages de l'espace public apparaissent comme problématiques : bien que les NTIC ne concurrencent pas directement l'économie classique, il n'en demeure pas moins qu'ils prennent du temps de consommation. Le temps devient alors une valeur importante et rare, qu'il s'agit de capter. C'est à travers cette captation que les annonceurs trouvent un élément valorisable dans cette économie.

Si l'on parle actuellement de convergence numérique, c'est parce que, selon Didier Lombard, différentes activités technologique d'information et de communication tendent à fusionner¹⁵⁷. En effet, selon ce dernier, nous pouvions identifier quatre activités relativement autonomes :

- Production d'hardware, des dispositifs matériels, ainsi que des softwares, de logiciels. Participent à cette activité des entreprises comme Microsoft, Apple, mais également Alcatel, Motorola... ;
- Les opérateurs historiques (France Telecom par exemple) ainsi que les fournisseurs d'accès à Internet (Free par exemple) et les câblo-opérateurs (Virgin Média) ;
- Les entreprises qui se sont structurés sur ce que l'on nomme *l'intermédiation*. Ils s'agit d'entreprises qui sont en contact direct avec le consommateur et qui lui prodiguent soit de l'information, soit du contenu à consommer. Ce sont aussi bien les moteurs de recherche, que les sites de vente en ligne ainsi que les réseaux sociaux qui participent à ce registre. (Si nous n'évoquons pas ici le terme de médiateur, c'est parce que, nous le verrons, la logique relationnelle entre le producteur, le consommateur et l'intermédiaire n'est pas la même que celle plus classique de la médiation. Elle se base sur une rationalité autre que la rationalité de la médiation culturelle ; on pourrait même supposer qu'elle ignore cette dernière, au profit d'une caractérisation des relations basée sur la rationalité économique classique). ;

¹⁵⁷ Gabszewicz J. et Sonnac N., op.cit.

- En amont de toutes ces entreprises se trouvent ce que l'on appelle les producteurs de contenu, aussi bien éditeurs (Canal Plus, TF1, UGC, etc.) que les producteurs amateurs (You tube).

Ces quatre activités se sont révélées non seulement interdépendantes, mais également perméables. Aidées par les possibilités d'uniformisation technique de la numérisation, ces différentes activités restructurent leurs rapports commerciaux et de force. En effet, les innovations dans un secteur se présentent comme immédiatement problématiques pour un autre : par exemple, les avantages technologiques et multiservices des nouveaux téléphones ou ordinateurs rendent l'accès aux films sur Internet, sans pour autant garantir le respect du droit d'auteur. C'est pourquoi d'ailleurs tous les acteurs doivent redéfinir leur positionnement stratégique et, notamment tendent à la concentration industrielle.

Mais l'on comprend bien comment ces organisations interprètent progressivement la logique de médiation : c'est moins l'unité de l'ensemble des relations de signification qui est déterminante que la convergence de cette « unité » au sein d'un même corps entrepreneurial. Cela change dès lors radicalement la logique, le discours et l'importance de chaque élément au sein du rapport de signification : les différentes fonctions n'ont plus une dimension « critique » et réflexive, mais participent presque « directement » d'une signification. Pour donner un exemple éclairant le problème, prenons la situation suivante: le festival de Deauville – c'est-à-dire une certaine forme de médiation du cinéma – est organisé par une entreprise de communication, *Publicis Zen*, qui, elle-même participe d'un groupe qui distribue des films – qui sont, parfois, en compétition à Deauville ; autre exemple, *l'Olympia*, salle de spectacle dont l'image de marque est d'être « découvreur de talent » a été rachetée par Vivendi-Universal. Les espaces et discours critiques tendent à être valorisés comme créateurs de valeurs et donc, à être assimilés à des firmes qui cherchent à capter de la valeur. C'est dire, s'il y a introjection d'une pensée causaliste dans la structuration économique et signifiante de ces concentrations.

Dès lors que l'on considère que le temps devient un élément de valeur, le positionnement classique dans un métier devient alors extrêmement problématique, et directement mis en concurrence par des métiers autres. La reconfiguration du secteur, impliqué par la convergence numérique implique notamment une reconfiguration de la place de l'utilisateur et celui-ci apparaît comme au cœur des services. À ce titre, nous voyons

apparaître deux schémas – non exclusifs – de mobilisation du consommateur au sein de la chaîne des valeurs : un effet « fer à cheval » et un « effet longue-traîne ».

L'effet « fer à cheval », à l'image de l'espace politique où les deux extrêmes peuvent avoir une proximité affectuelle conduisant un sujet à basculer de l'un à l'autre, est la logique veut que la chaîne de valeur ne soit pas linéaire, où une entreprise produit de la valeur que le consommateur évalue, mais circulaire, où l'entreprise peut essayer d'avoir un *feed back* – un « retour » critique –, voire la participation active, de certains usagers, à différents niveaux de la chaîne de valeur. Alban Martin évoque notamment les nouvelles stratégies telles que définies par Takeshi Natsuno :

« en quoi consisterait une méthode marketing inspirée d'Internet ? (...) Elle mettrait en avant un service, pas une technologie. Notre message met l'accent sur ce que le client peut faire avec l'i-mode, et non pas pourquoi c'est possible de le faire »¹⁵⁸.

Autrement dit : il s'agit plus de se concentrer sur la valeur d'usage que sur l'entreprise et son produit. Une pareille approche est qualifiée de « marketing expérientiel », qui est plus basé sur les conséquences affectuelles de la consommation du produit que sur ses qualités intrinsèques. L'on retrouve ce principe de manière encore plus manifeste dans les sites nouvelles générations qui se basent sur le registre de l'open source : des sites comme *Youtube* permettent alors à l'utilisateur d'être également producteur de contenu. Le consommateur est alors producteur de valeurs.

Il faut bien comprendre qu'il ne produit pas directement du contenu, mais le relie, le met à disposition. Si cela est une pratique déjà ancienne – comme une sorte de prolongement de conversation –, sa formalisation est ici bien différente : un film, une musique ne sont plus évoqués dans le cadre d'une discussion, mais directement proposés. Cependant, c'est là réduire la communication à la définition élémentaire développée par Shannon et Weaver, c'est-à-dire une transmission d'information, avec quelques brouillages et des effets rétro-actifs ; nulle prise en compte ici de la manière dont les identités et la sociabilité sont engagés – du coup cette économie pense trouver une logique de valorisation de l'objet diffusé là où l'objet n'est peut-être que « prétexte » à autre chose.

Il s'agit finalement de profiter de l'explosion de la chaîne de valeurs traditionnelle. L'utilisateur peut parfois participer à la production de biens culturels. Cela s'est révélé efficace dans le marché de la musique, et apparaît progressivement pour les formes audiovisuelles. C'est notamment le rôle qu'essaie de faire jouer *Kiss kiss Bank bank* ou bien *Touscoprod* et

¹⁵⁸ Martin A., op.cit., p.8

Peopleforcinema qui, par ailleurs, ont comme partenariats respectifs *Europacorp* et *StudioCanal*. Puisque certains clients sont désormais capables de répliquer les étapes de la création de la chaîne de valeur – et qu’un nombre grandissant d’usagers ne veulent plus se contenter du rôle de simple consommateur – les industries n’ont plus le seul monopole de la valeur. C’est-à-dire que l’entreprise n’est plus la seule garante et productrice de la valeur, mais la développe en partenariat avec les usagers. Il n’y a plus une nette séparation entre l’industrie et la sphère publique, mais une imbrication où les éléments de la création de valeur s’agrémentent de nouvelles possibilités:

- La production s’agrémentent de la donation ;
- L’innovation et la création s’agrémentent des outils open-source et des contenus des usagers ;
- La promotion s’agrémentent des critiques sur Twitter, sur les blogs, des statistiques d’usages, des playlists ;
- Les ventes s’agrémentent du partage des revenus publicitaires¹⁵⁹.

Reste cependant à faire la critique – qui n’entre plus dans le cadre de cette thèse – des processus collaboratifs au sein de ces organismes, ainsi que de faire l’analyse de la portée (économique, mais également signifiante) de leurs productions au sein de l’espace public. Que l’espace public et le marché « s’ouvrent » l’un à l’autre est une chose, déterminer si l’on ne tend pas à réduire l’espace public aux logiques de ce marché en est une autre (et bien plus essentielle question).

L’autre schéma de mobilisation de l’usager dans la chaîne des valeurs est « l’effet de la *longue traîne* », théorisé par Chris Anderson, directeur de la revue *Wired*. Cet effet consiste en une adaptation d’une logique qui était plus ou moins celle de l’édition. Parce que les fournisseurs n’ont plus de contraintes spatiales, ils peuvent proposer un plus grand nombre de biens culturels et surtout les proposer plus longtemps. Il est apparu que si cela n’infirmait pas l’importance des succès – qui sont toujours très vite téléchargés ou consultés -, cela permet surtout d’assurer une deuxième vie d’exploitation pour un certain nombre de biens, dont la somme des ventes apparaît progressivement comme plus intéressante que le tout-venant. D’ailleurs *Google* tire l’essentiel de son bénéfice sur les petites annonces ou les produits de niches.

Nous comprenons que les logiques commerciales s’appliquent sur une double proposition : d’une part, une économie de l’abondance versus l’économie standard de la rareté et, d’autre

¹⁵⁹ schéma p.51 de Martin A., op.cit.

part, multiplication des lieux d'accès à cette abondance, notamment par les commodités infrastructurelles que permettent les dispositifs numériques. Cependant, loin de se substituer à l'économie de la rareté, elle la spécifie et la renforce. Ce n'est plus le bien qui est rare, mais l'expérience liée à ce bien. Pour préciser ce propos, il faut comprendre par exemple comment fonctionne l'économie du sport : parce que la possibilité de voir une retransmission augmente, la valeur de la présence à l'événement devient proportionnellement aussi importante, donc rare et onéreuse. De même, les reproductions facilitées incitent également à une tendance inverse : les personnalisations et la cocréation de valeur.

L'on pourrait croire que cela ne peut pas s'appliquer au champ cinématographique, dont les investissements sont trop lourds. Le film de science-fiction *Demain La veille* de Franck Beau, qui n'a eu aucun soutien standard a non seulement trouvé des financements des usagers – contre un DVD gratuit, la possibilité d'être présent au tournage – via le relais de sites spécialisés dans le cinéma ; en outre, le développement du film a été sensible aux commentaires laissés sur le forum du tournage. Cette situation de cocréation a également eu lieu pour le tournage du *Seigneur des Anneaux*, très lourde production, qui vérifiait auprès des communautés de fans de l'œuvre de Tolkien la pertinence des choix de mise en scène. L'avantage très notable de ces dispositifs est de plus de créer des liens affectifs pérennes avec les spectateurs potentiels les plus actifs. Les grands studios n'ont évidemment pas la même souplesse que les plus petites entreprises, aussi ne peuvent-elles travailler quasiment qu'en aval ; il n'en demeure pas qu'il s'agit d'un outil stratégique très puissant.

Tout cela engendre un abaissement substantiel des coûts. La participation en amont diminue les coûts de la création et de la recherche. De même, le suivi des échanges de fichiers permettent d'obtenir presque sans frais des renseignements marketing. Cela s'explique assez aisément pour les biens qui ne profitent pas de l'effet de « branding » : l'on peut voir qu'un certain nombre de biens se révèlent appréciés et consommés alors qu'il sont relativement difficiles d'accès dans le système traditionnel d'exploitation. Il y a certains cas où l'on peut immédiatement exploiter commercialement cette situation, notamment par les effets d'intertextualité. Alban Martin évoque une situation paradigmatique :

« la sortie du film Brice de Nice sur les écrans a déclenché des milliers de requêtes sur eDonkey pour le film Point Break. En effet, Brice, le personnage principal, y fait référence tout au long du film, allant même jusqu'à en visionner des extraits. N'importe quelle chaîne de télévision aurait pu s'assurer une audience clef en retransmettant le film, sachant que des milliers de téléchargements étaient en cours. »

En effet, dans le meilleur des cas, il faut entre 12 et 48 heures pour télécharger le film sur eDonkey. De même, les sites de commerce en ligne, en s'intéressant aux téléchargements de Point Break sur les réseaux peer-to-peer, auraient pu mettre le DVD en page d'accueil. (...) À l'inverse, la télévision a un impact sur les demandes de réseau de peer-to-peer. Par exemple, la diffusion du film La vie rêvée des anges d'Erick Zonca sur Arte a triplé les requêtes de téléchargements du film au cours de la même soirée. On imagine aisément le succès d'une promotion sur le DVD avec des bonus ou un making of, ou bien en vidéo à la demande, consécutivement à sa diffusion télévisée, pour poursuivre l'expérience du film, autrement que sur les réseaux »¹⁶⁰.

Ainsi, pour que le cercle entreprise / consommateur devienne vertueux, il ne doit pas être contraint à un métier, mais à plusieurs ; ce cercle ne s'inscrit pas dans un seul dispositif, mais à travers des rapports transmédiaux. C'est pourquoi l'on parle désormais, entre les entreprises, de concurrences multi-écrans et que l'on voit proliférer un certain nombre de partenariats entre métiers divers : la concurrence directe est désormais dans la captation de l'attention du consommateur sur différents supports. Et c'est également à travers les usages sur un support que l'on peut saisir une opportunité sur un autre support : la remarque précédente d'Alban Martin est, à ce titre, éclairante.

Cela implique dès lors un nouveau paradigme économique, que l'on a qualifié *d'économie de l'attention*. Autrement dit, une économie n'est plus centrée sur le capital, mais sur *l'attention* de l'utilisateur, qui apparaît comme une denrée beaucoup plus rare¹⁶¹. C'est précisément sur ce registre que se sont spécifiés les business models des nouveaux entrants et/ou des innovations. Dans cette *économie de l'attention*, ce n'est plus tant le contenu qui compte que le temps passé à la consommer et les manières dont ils sont consommés. Cela semblerait se rapprocher de ce qui est en jeu dans notre définition de la médiation culturelle, mais il n'en est rien. C'est que, une fois encore, l'organisation de cette économie pose de mauvaises hypothèses. En effet, au niveau de la place des sujets singuliers, cette économie implique un usager rationnel qui cherche des informations (là où le sujet est hétéronome et vise une identité et une sociabilité) ; au niveau de la relation entre valeur et signification, cela

¹⁶⁰ Martin A., op.cit., p.78-79

¹⁶¹ Iskold A. « The attention economy : an overview », http://www.readwriteweb.com/archives/attention_economy_overview.php
Scherer E., Une économie de l'attention, AFP / Media Watch, Printemps / été 2008, http://www.mediawatch.afp.com/public/AFP-MediaWatch_Printemps-Ete_2008.pdf

implique une économie de transmission de données et d'information (là où, par exemple, l'expérience d'un film n'est pas que la transmission de son récit, mais, avant tout l'expérience d'une confrontation à une exemplarité) ; enfin, au niveau de la place des acteurs institutionnels, l'on pense une valorisation des acteurs par la propension à diffuser, en occultant la part de censure et de contrôle.

Nous veillons à constater, pour l'heure, les problématiques que cela engage. Mais, si nous faisons ici la critique, il faut également remarquer les « incidences positives » de cette organisation, les éléments qu'il faut prendre en compte. Nous opérerons une critique de l'économie politique et symbolique de la médiation culturelle en Partie III qui, précisément, réintroduit les éléments implicites, à savoir que si la question de service est ici dominante, c'est que la question de la relation au public n'était pas correctement prise en compte par les institutions, de même l'exemple d'Alban Martin (à propos de *Brice de Nice*) – qui montre qu'il peut y avoir une propension à des consommations parallèles – illustre de la recherche d'intertextualité que les exploitants pourraient très bien intégrer dans leur pratique et dans leurs offres.

Nous comprenons bien que la versatilité des usages et des goûts impliquent une grande souplesse de la part des entreprises. Nous voyons notamment de nouveaux entrants apparaissent dans le secteur audiovisuel et modifient profondément les rapports de force en innulant leur business models et de nouvelles rationalités d'usages pour les consommateurs. Free, Neuf/SFR et Orange sont entrés sur le marché de la télévision via l'exploitation des plate-formes ADSL : ils inscrivent les contenus des producteurs historiques (TF1, etc.) dans leurs offres multiservices. Ce marché est très dynamique et a profité d'une croissance annuelle de 12% de 1999 à 2008 où le nombre d'accès est passé de 3 à 18 millions.

Cela est un exemple manifeste des planifications concurrentielles qui se développent : celles-ci se sont sur un cadre multi-écrans, et non pas seulement dans la logique de métier. L'objectif est de capter l'attention sur plusieurs supports différents.

Il y a dès lors toute une nouvelle économie et des processus de valorisation qui se configure autour de la *gratuité*, qui apparaît alors comme un véritable changement paradigmatique. Pour cela, c'est toute la relation à l'objet qui est problématisée en termes théorique. C'est-à-dire que ce paradigme ne prend pas seulement en compte le consommateur ou l'objet, mais tend à concevoir la valeur dans les expériences possibles liées à l'objet. Ainsi, l'objet apparaît comme lieu d'émergence possible de satisfaction esthétique – possible, mais

non assuré. De même, dès lors qu'est prise en compte la question de relation d'objet, il est important de concevoir la dimension collective de la consommation d'objet. Il y a dès lors un certain nombre de médiations qui deviennent importantes : les discours publics, l'esthétisation de l'expérience, les postures d'attention du consommateur, le discours de l'artiste... Ces différentes médiations expriment le caractère collectif de l'expérience du sujet. C'est ce que nous avons précédemment dit pour le sport et qui se trouve renforcé dans la manière même dont la consommation peut possiblement offrir un cadre d'expérience plus ou moins riche : au final, le match est le même qu'il soit vu à la Télévision ou au stade ; mais le stade offre un cadre expérientiel autrement plus riche ; et, au sein même du stade, selon la place, l'expérience peut être plus ou moins forte selon que l'on soit proche des joueurs ou loin.

Les technologies numériques radicalisent ce principe en laissant beaucoup plus de place encore au partage des discours et des goûts à partir d'un objet donné. Ces différentes médiations – souvent amateurs et non marchandes – permettent à l'objet d'avoir un grand nombre de liens, c'est-à-dire une plus grande visibilité. Cette apparente gratuité fait finalement office de « produit d'appel », de premier contact et minimise le risque du consommateur. Il s'agit en fait d'une refonte de la pratique de la longue traîne où, au lieu d'appuyer sur un référentiel temporel, il s'agit de capter les clients les moins engagés : les curieux. Ceux-ci n'investissent que très peu pour une première expérience, mais peuvent – notamment par leur nombre – générer des bénéfices en consommant l'expérience globale, si la première approche leur a paru satisfaisante.

Cela contribue, en outre, à générer une fidélisation, puisque le public consomme une offre qu'il a adapté à son goût. Ce principe, accolé à celui de la possibilité d'établir une offre multi-support, tend à créer un univers d'expérience à partir d'un objet donné. La musique, nous l'avons dit, a appliqué cela notamment en permettant d'élargir l'expérience musicale avec les fonds d'écran, les sonneries de mobile, des clips... Ce sont autant de moyens de rentabiliser la production d'une œuvre et que s'exploite également dans l'intervalle entre deux productions de biens : par exemple, la sortie de morceaux exclusifs d'un groupe entre deux albums. Ces divers éléments peuvent apparaître sous des formes diverses, plus ou moins importantes en termes de coûts comme en termes de qualité d'expérience. Cela permet aux diverses catégories de consommateurs – curieux, petits fans, gros fans – de prolonger l'expérience, de se *distinguer* (pour reprendre l'expression de Bourdieu). Ainsi, un métier peu parfois générer des consommations dites d'appel, que d'autres secteurs vont amortir voire rentabiliser. Il peut donc y avoir ce que l'on nomme une *externalité positive* liée à la

gratuité : la consommation gratuite d'un bien peut générer le désir de prolonger, de personnaliser, de poursuivre l'expérience à travers une autre médiation. Tout cela en sachant que si une entreprise est en partenariat avec les autres médiateurs, elle peut suivre et analyser les intérêts de son consommateur.

Cela montre bien que l'organisation procède par différenciation (monnayable) du public. La logique de l'appel d'offre rend impossible la concurrence pour les institutions antérieures comme l'exploitation cinématographique. Il faut, au contraire, procéder par offre différenciée. C'est à ce titre qu'un retour à la conception fondamentale de médiation culturelle est intéressante et importante : c'est qu'au contraire, elle ne vise pas une *distinction* du spectateur : elle est un mode d'appréhension singulière de film, qui n'est pas exclusive d'autres formes d'offres, mais qui a l'avantage de poser les logiques de symbolisation qui permettraient au spectateur d'établir une continuité signifiante entre l'expérience en salle, l'expérience sur d'autres supports et expérience au sein de l'espace public.

C'est la construction de ce lien avec le consommateur, et la manière dont ce dernier peut renforcer la valeur symbolique de l'objet culturel qui intéresse les annonceurs. La convergence d'intérêt des annonceurs et des consommateurs, dans une économie de l'attention animée par la gratuité est une radicalisation d'un effet économique que l'on nomme « effet de réseaux croisés » dont la logique est finalement simple : une catégorie de consommateur apprécie d'autant plus le service d'une entreprise médiatique que le nombre de consommateur d'une autre catégorie est important ; l'utilité pour un publicitaire est d'autant plus important qu'il y a un grand nombre de consommateur et, inversement, le nombre de spectateur est plus important selon la qualité de contenu qui est notamment permise financièrement par les apports des annonceurs. Classiquement, il s'agissait d'opérer un business plan articulé à la fois sur la structure des prix, le niveau des prix et le ratio publicité/ contenu. Mais que se passe-t-il lors d'un positionnement sur la gratuité ?

Il faut comprendre que l'économie *d'Internet* n'est pas absolument révolutionnaire et s'inspire également des formules anciennes. Ainsi, le rapport avec la publicité est à peu près le même que celui de la télévision hertzienne : la diffusion d'un contenu est payé par la présence de publicités. Lorsque ce n'est pas directement identifiable – par exemple sur les sites comme *Youtube* – des stratégies indirectes apparaissent : en effet, *You Tube* a, par exemple, mis en place un principe où les vidéos amateurs les plus populaires sont monnayées,

cependant, ces vidéos sont dès lors flanquées de publicités *Google AdSense*. Ainsi, par l'effet du fer à cheval, ce sont directement les productions amateurs qui intéressent les annonceurs.

Résumons les problématiques de marché liées à l'émergence des NTIC et qui apparaît comme le développement radical d'une organisation sociale moderne ancrée dans l'utopie de la modernisation et dans les conceptions dix-neuviémistes de l'individu.

Les nouvelles possibilités infrastructurelles ne permettent pas d'établir les productions culturelles sur le pur régime de concurrence. En effet, il s'agit avant tout de production et de diffusion de biens publics et d'expériences. De plus, les stratégies de partenariats entre entreprises et/ou entre l'entreprise et son consommateur illustrent bien le fait que les signaux de goût sont hors marchés. Il devient dès lors très complexe d'assurer le retour sur investissement des productions, des exploitations et des ayant-droit. Celles-ci ne peuvent pas simplement être amorties par les ventes des biens, mais également – et peut-être même principalement – par les financements publicitaires. Or ces financements sont d'autant plus conséquents que le public est bien ciblé, et bien fragmenté. Ainsi, pour les entreprises, l'investissement n'est rentabilisé que si la fragmentation est visible. Cela implique une grande diversité d'offre. Il s'agit, en somme, de jongler entre le prix de vente (ou d'accès) avec le prix de réclame.

Il est alors apparu une nécessité de concentrations. Celle-ci ne doit pas éteindre la concurrence, dans le sens où c'est précisément la concurrence qui permet la diversité, donc un ciblage plus précis des consommateurs. L'option régulièrement choisie est dès lors une concentration verticale, entre producteur, diffuseur de contenu ainsi que fournisseur d'infrastructure. Les grandes questions qui se posent en termes d'analyse de concurrence consiste à évaluer si ces fusions ne restreignent pas les voies d'accès pour le consommateur. Il est, de fait, impossible de déterminer par avance les incidences d'une fusion verticale – comme horizontale d'ailleurs – sur la diversité et l'accessibilité des contenus : il peut y avoir une réduction des possibilités d'accès (à l'image des dumpings, comme celui d'Apple avec iTunes qui, à travers les commodités d'accès liées au logiciel, a considérablement réduit les possibilités d'achat de baladeur numérique) ou des contenus (des chaînes peuvent mutualiser leur contenu) ; mais il peut également y avoir une baisse de concurrence directe entre les différentes entreprises intégrées, leur permettant de chercher le public de niches et amortir ainsi le risque d'une future concurrence extérieure.

Il n'en demeure pas moins que l'État, voyant dans la production de biens culturels un instrument de développement socioculturel, met ce marché instable sous tutelle. Il s'agit de garantir deux choses : la diversité et l'accessibilité. Or, les stratégies de développement des entreprises semblent ne pas répondre à ce problème et, au contraire, l'intègre de manière suivante : comment assurer la diversité – qui implique désormais la qualité de ce qui est fourni – lorsque celles-ci deviennent monnayables ? Pour le dire autrement : comment garantir la démocratisation culturelle dès lors que le contrôle d'accès apparaît comme la seule solution marchande à un phénomène qui n'est pas que marchand ? En effet, il apparaît que les stratégies des éditeurs, comme des fournisseurs d'accès, consiste en un modèle mixte :

- il y a, d'une part, une zone gratuite d'accès, qui permet de générer des effets de réseaux (ainsi, les comportements du consommateur deviennent alors producteurs de valeur) et qui est alimentée par un ensemble d'informations rapides, actuelles et factuelles ;
- il y a, d'autre part, une zone payante, avec des contenus plus riches, plus élaborés.

La stratégie peut être techniquement complexifiée, mais ce schéma est toujours le même. Nous pouvons en voir l'exemple dans les offres modalisées du site musical *Deezer* :

- l'accès en streaming aux millions de titres est gratuit et le service est payé par la présence de publicité. Cependant, cet accès est contingenté à un nombre restreint d'écoutes possibles dans une période donnée ; de plus, la publicité intervient parfois entre deux morceaux et perturbe l'usage ;
- si le consommateur souhaite abaisser le contingentement, il doit devenir membre. Ainsi, il est intégré à la base de données de Deezer, lui permettant de mieux cerner ses consommateurs et proposer aux annonceurs des publicités plus ciblées et donc plus chères ;
- Il y a également des possibilités d'accès payants, par abonnement. Le premier abonnement, Deezer HQ, permet de ne plus avoir de publicité sur le site et de télécharger les morceaux en haute qualité aussi longtemps que l'utilisateur paie son abonnement ;
- Il y a enfin l'abonnement Premium, qui reprend la même offre en y adjoignant la possibilité d'intégrer les morceaux sur un MP3¹⁶².

La barrière d'entrée est donc abaissée et la stratégie sur le moyen terme est de conduire l'utilisateur à prendre des offres de plus en plus chères. Mais l'on voit bien ici le risque d'un

¹⁶² Martin A., op.cit.

développement socioculturel à deux vitesses : d'un côté, il y aurait une clientèle premium qui est riche et instruite et qui pourrait avoir accès à des contenus enrichis et, d'autre part, une population qui doit se contenter de contenus gratuits, mais peu diversifiés (parfois contingentés) et faiblement enrichis. Cela est d'autant plus important que, précisément, l'apport des NTIC consiste à enrichir l'expérience.

B. Le réel et le virtuel, les nouveaux espaces critiques

i. Un « partage du sensible »¹⁶³ de plus en plus complexe

Face à ces ensembles problématiques complexes, les acteurs ne savent trouver une résolution, c'est-à-dire un « corps de solutions » général ne serait-ce que temporaire. À la multiplication des possibilités techniques et des innovations infrastructurelles, il apparaît une sorte de « stand by », de statu quo, au niveau superstructurel, où l'on ne fait principalement qu'attendre les usages pour définir les orientations futures. L'exploitant de cinéma participe, bon an mal an, de ces acteurs qui attendent. C'est dire si non seulement les « hypothèses » de départ sont fausses – jamais perçues comme telles -, mais en outre, c'est dire la propension à renier le problème et à le différer .

À travers ces développements, le consommateur est face à une plus grande offre, des offres plus spécifiées et plus engageantes en termes identitaires, monétaires et temporels. Il doit non seulement multiplier des compétences, assumer une identité, mais il n'en reste pas moins dans un rapport problématique, en tant que sujet. Ainsi, dans ces développements, le consommateur est-il encore un sujet ou est-il, par le jeu des fragmentations, un individu ? pour le dire autrement, le sujet doit encore être supporté par des médiations, mais il est, dans un même mouvement, invité à une mise en scène de soi. Il est donc tiraillé entre la fonction de

¹⁶³ Rappelons que nous reprenons ici l'expression de Jacques Rancière.

« *J'appelle partage du sensible, ce système d'évidences sensibles qui donne à voir en même temps l'existence d'un commun et les découpages qui y définissent les places et les parts respectives. Un partage du sensible fixe donc en même temps un commun partagé et des parts exclusives* »,

in Rancière J., *Le partage du sensible*, La Fabrique, Paris, 2006, p.12) ; cf explications de la notion dans la présente thèse, p.63-64

sujet et le désir romantique d'individu. Cette question pose dès lors une autre question plus substantielle encore : le cogito est-il animé par le désir ou par le *conatus* ? Le sujet tente de se déterminer dans l'espace socioculturel, tandis que l'individu est déjà positionner et tente de rationaliser sa position. C'est une différence substantielle.

Il s'agit donc ici de comprendre qu'il y a un relatif paradoxe où le spectateur est à la fois sujet et individu, qu'il y a une mécanique paradoxale impliquant à la fois sujétion et individuation. Et c'est précisément parce que l'on a affaire à un paradoxe que les théories semblent se contredire – notamment Deleuze & Guattari versus Fredric Jameson à propos de notre condition *schizophrène* (est-elle critique ou bien acritique ?). Jonah Peretti offre néanmoins une interprétation qui permet de relier les différentes théories et de comprendre la structure générale qui englobe ces deux paradoxes¹⁶⁴. L'hypothèse de cet auteur, qu'il reprend de Fredric Jameson, consiste en ce que le capitalisme tardif soutenu par les NTIC ne fait pas qu'accélérer les processus d'échanges monétaires, mais également d'accélérer la propension d'un sujet à assumer une identité, puisque celle-ci est apparue comme inextricablement liée à l'injonction de consommer ; autrement dit, Internet et les NTIC illustrent, de manière spectaculaire, une certaine relation entre les théories psychanalytiques et les développements capitalistes. L'auteur propose alors une analyse critique de la proposition de Jameson selon qui la situation du sujet contemporain est celle du *schizophrène* – c'est-à-dire une rupture dans la chaîne du signifiant -, en s'appuyant sur l'approche de Lacan, de Barthes et surtout, de Laplanche. L'enfant unifie son identité par l'expérience de l'image spéculaire du miroir ; face à l'expérience de son image spéculaire, l'enfant voit son positionnement dans une chaîne signifiante. L'image spéculaire apparaît comme une composante de l'identité, une représentation métonymique de la totalité qu'est l'enfant. Se trame une rupture entre le Moi Idéal et l'expression contingente au sein de la réalité ; le sujet est lui-même teinté par une altérité ; le problème étant d'inscrire cette altérité au sein de l'ordre linguistique et symbolique.

Cette théorie a été reprise dans les années 1960 et 1970 lorsqu'il s'agissait de critiquer les violences et dominations symboliques diffusées par les mass média et notamment le cinéma. Roland Barthes l'exploite notamment dans son article « à la sortie du cinéma » pour rappeler à quel point la production de plaisir généré par le cinéma se base sur un leurre visuel qui s'enracine par la reproduction d'une idéologie. Le spectateur fait une identification

¹⁶⁴ Peretti J., « Capitalism and Schizophrenia : Contemporary visual culture and the acceleration of Identity Formation/Dissolution », Consulté le 10 / 02 / 2011 sur : http://www.datawranglers.com/negations/issues/96w/96w_peretti.html

narcissique aux images qui lui sont offertes. Dans cette logique, il y a une coïncidence entre la formation de l'Ego et la logique de reproduction du capitalisme.

Le problème des théories de Barthes – mais aussi celles de Bourdieu – consiste en la croyance qu'il suffit de déconstruire le processus de signification et de reproduction de l'idéologie pour espérer que les usagers aient une approche critique. Pourquoi pas ? Cependant, il est désormais très difficile d'isoler une idéologie particulière tant le capitalisme tardif apparaît surtout animé par le flux de données. Il n'en demeure pas moins qu'une idéologie doit enraciner un contenu pour qu'il génère une projection spéculaire.

Là où l'article de Peretti devient intéressant, c'est dans l'emploi des théories de Laplanche. En effet, il s'agit de comprendre la mécanique du capitalisme qui ne différencie l'accès gratuit à un donné et la consommation monétairement réglée par un clic. Toute la logique économique de gratuité court-circuite l'impératif de médiation, permet un grand développement économique, mais, en contrepartie nous dit Jameson, produit des sujets schizophrène qui sont alors de terribles consommateurs tant leurs consommations n'engagent plus aucune continuité dans le temps. Il y a donc une relation entre subjectivité et temporalité. Laplanche explique que l'expérience du temps est liée à celle d'un rythme : c'est à travers les mouvements entre plaisir et déplaisir, excitation et frustration, que le sujet développe une expérience du temps. Peretti nous dit alors que le « rythme » du consommateur du capitalisme tardif est définie par le « flickering » - la vacillation des images diffusées. La temporalité et l'identification sont les produits d'une mécanique de « détraduction / retraduction ». La détraduction est caractérisée par la séparation des séquences signifiantes qui incite l'individu à problématiser son identité ; c'est la retraduction qui permet une recomposition d'une vision synthétique plus viable pour l'individu. L'expérience du temps est ainsi composée de discontinuités, de micro ruptures où le processus de retraduction est le plus engageant. Or, c'est précisément sur cette mécanique que le capitalisme tardif s'avère être le plus efficace :

« it allows an individual to identify with an advertisement (re-translation), and project an identity into the future that requires the purchase of a product. Simultaneously, other advertisements will bombard the viewer, "splitting up signifying sequences (de-translation)," and creating the possibility for fresh identity formations (re-translation).

In Lacanian terms, consumer capitalism needs subjects who continually reenact the infantile drama of mirror stage identifications. These subjects must oscillate quickly between schizophrenic consciousness and idealized ego formations ».

« Il permet à un individu de s'identifier avec une publicité (re-traduction) et de projeter une identité dans un avenir qui exige l'achat d'un produit. Simultanément, d'autres publicités bombarderont le

spectateur, "séparant des ordres ayants de l'importance (la dé-traduction)," et créant la possibilité de formation de nouvelles identités fraîches (re-traduction).

En termes Lacaniens, la consommation capitaliste nécessite des sujets qui réengagent continuellement le drame infantile du stade du miroir. Ces sujets doivent osciller rapidement entre la conscience de schizophrène et des formations d'ego idéalisées »¹⁶⁵

Autrement dit, le capitalisme tardif renouvelle, réengage, avec une fréquence de plus en plus accrue, le processus d'identification et sa dissolution. L'accélération de ces processus conduit logiquement à une multiplication des consommations (quantitativement ou sur des objets de plus en plus différents). C'est précisément cette question de rythme – qui ne se préoccupe alors plus d'avoir une conception unitaire et linéaire du sujet – qui permet de comprendre pourquoi l'usager est à la fois sujet et individu, à la fois Ego (voire Cogito) et *schizophrène* : l'accélération et l'accumulation des données, conduisent à des Ego réduits et substituables, aisément constructibles et tout aussi aisément détruits. Le *schizophrène* se construit très facilement une identité – en revanche, nous dit Jameson, il entretient alors une relation encore plus angoissée avec le réel et le symbolique qui sont de moins en moins identifiables. C'est sur ce point que l'auteur arrive à faire coïncider à la fois l'approche moderne de Jameson et l'approche postmoderne de Deleuze et Guattari : lorsque ces derniers évoquent la *schizophrénie* comme limite du sujet du capitalisme, il faut entendre ici la limite au sens mathématique. Autrement dit, on approche, sans l'atteindre, l'état *schizophrénique* ; ainsi, au lieu d'être un contradicteur du capitalisme, bien au contraire – et dans la suite du propos de Jameson – nous pouvons voir combien cet état et le capitalisme se renforcent mutuellement.

Il s'agit donc moins de lutter contre ce système – dont Benjamin dit qu'il phagocyte toute opposition – que de le donner à voir et de le saisir tel qu'il est. Ainsi, il apparaît pour les théoriciens du postmoderne que le seul mouvement de résistance – qui est alors encore moderne – consiste à montrer toute la fragilité de la mécanique dialectique construction / déconstruction. C'est ainsi que des mouvements et communautés prennent la consommation visuelle comme pure finalité, sans autre fin que d'être consommées telles qu'elles sont offertes – les *hackers* – ou bien, les œuvres contemporaines, - que cela soit de Warhol, ou bien des vidéastes contemporains en passant par les artistes travaillant sur la réalité augmentée - qui ne font que séparer la finalité consumériste des images et isolent ainsi les signifiants. Mais, le problème profond, la crise, que rencontrent tous ces mouvements et que

¹⁶⁵ ibid

rencontrent plus profondément encore les usagers plus « ordinaires » est précisément la perte d'évidence du partage du monde, perte d'évidence de l'ordinaire. Autrement dit, la puissance critique est longtemps apparue dans la logique de déconstruction ; encore faut-il pouvoir, derrière, entamer une reconstruction plus unitaire.

Cette problématique est d'autant plus complexe et urgente qu'elle semble s'inscrire principalement au sein des nouvelles infrastructures – *Internet*, NTIC – dont la structuration culturelle n'est pas encore mature¹⁶⁶ et que, parallèlement, ces « espaces » apparaissent de plus en plus comme les seuls espaces politiques possibles. La figure du *flâneur*, comme figure politique possible, trouve une nouvelle expression imaginaire dans celle du *géo-hacker* développé par l'écrivain de science-fiction Gibson¹⁶⁷... Il s'agit, en effet, de voir encore les problématiques de spatialité et de temporalité telles qu'elles sont désormais définies.

Au sein des villes,

« les travailleurs sont devenus superflus, tout comme les villes qu'ils habitent. Les mouvements politiques urbains radicaux des années 1970 échouèrent non parce qu'ils étaient incapables de prendre le pouvoir dans les villes, mais parce que le pouvoir qui importait ne s'y trouvait plus. La nécessité de revitaliser la ville comme espace public fut ressentie au moment même où le pouvoir – économique, politique, culturel – pénétrait la géographie déterritoriée et globalisée du cyberspace. Comme structure de pouvoir, le quadrillage urbain est rendu obsolète par les « autoroutes de l'information ». Les fantasmes ont eux aussi pénétré cet espace, de même que les rêves de l'enfance. Les enfants d'aujourd'hui sont plus à même de se perdre dans un labyrinthe d'images médiatiques que dans un dédale d'artères urbaines. Les médias numériques offrent une reproduction de masse de l'image, non de l'objet. Le design est plus important que jamais, dotant les marchandises d'une identité nationale ou entrepreneuriale qui recouvre les réalités de la production, disséminées et globalisées. Tandis que les villes se désintègrent, leur image gagne en market-appeal. La ville-image pénètre le paysage domestique, tel l'écho d'un appel à l'utopie sociale ou le mirage du désir collectif »¹⁶⁸.

De cette remarque, nous pouvons développer plusieurs points. D'une part, au sein de la médiation, retrouver l'importance de l'espace, c'est aussi reconsacrer une temporalité politique. D'autre part, la modification des espaces politiques conduit à une modification de l'*aïsthésis* et des figures : le *flâneur* – caractérisé par un nomadisme urbain – est remplacé par

¹⁶⁶ Le Diberder et Chantepie concluent notamment leur ouvrage *Révolution numérique et industries culturelles*, sur l'attente de la manière dont le consommateur va déterminer la structuration du marché. Autre manière de dire que la structuration culturelle n'est pas encore mature.

Chantepie P. et Le Diberder A., *Révolution numérique et industries culturelles*, Paris, La Découverte, 2005

¹⁶⁷ Gibson W., *Neuromancien*, J'ai lu, Paris, 2001

¹⁶⁸ Buck-Morss S., *Voir le Capital...*, op.cit., p.51-52

le *hacker*, qui est caractérisé par un nomadisme psychique (puisque la seule réalité expérientielle des NTIC est dans le plus pur registre symbolique) ; de même, nous ne pouvons effectivement plus parler de *masse* – ne serait-ce déjà parce que le cinéma n'est plus un art de masse -, mais de *cyborg* (puisque *l'aïsthésis* est définitivement intégrée à une technique).

C'est dire si l'on retrouve toujours les mêmes problématiques fondamentales, mais qu'elles s'expriment différemment selon les contextes, selon les conditions de perception. Si les problématiques apparaissent désormais complexes, c'est parce que les problématiques initialement traitées par Benjamin et Cavell ont été différées, et s'ajoutent, désormais, celles propres aux NTIC. Les problématiques d'identité, de reconnaissance, de sociabilité se retrouvent alors dispersées, dissoutes, en plusieurs espaces – et dans des formes relatives à ces espaces. L'on peut trouver nombre d'exemples de film, qui illustrent d'une part les logiques implicites qui procèdent au « partage du sensible », de nouvelles problématisations de l'espace et de l'émergence de la figure du *hacker*.

Jungle fever (Spike Lee, 1991) problématise les rapports racistes et communautaristes disséminés dans les métropoles américaines : derrière un partage des territoires se camoufle un partage du monde. Le générique du film, lui-même, rend compte des séparations implicites qui au sein de l'organisation urbaine : les noms de l'équipe artistique et technique sont inscrits dans des panneaux de circulation dont l'iconographie est légèrement transformée afin de voir ce qui caractérise l'ordre implicite et la localité où s'établit celui-ci. Par exemple, Annabella Sciorra joue le personnage d'une jeune italienne qui tombe amoureuse du personnage principal – interprété par Wesley Snipes – avec qui la relation (pour des raisons communautaires) sera impossible : son nom figure au-dessus d'un panneau directionnel vers Bensonhurst, le quartier où vit le personnage et vers lequel elle est contrainte de rentrer à la fin du film. Spike Lee – en tant qu'interprète d'un personnage, qui oscille entre protagoniste (il est ami du personnage principal) et antagoniste (il le contraint à conserver une identité « noire » et à retourner dans son quartier) - est aussi associé à un panneau directionnel, indiquant Malcolm X boulevard. Samuel L. Jackson – qui joue le rôle du frère drogué du personnage principal est associé à deux panneaux directionnels : un vers les drogues, l'autre vers le crack – lorsque le personnage principal ira à sa recherche, nous découvrirons qu'il y a différents quartiers qui ont leur « spécialité » en termes de drogues – avec des relations intersubjectives spécifiquement codifiés.

En arrière-plan de ces panneaux, Spike Lee montre des images des quartiers respectifs à ceux des personnages cités, illustrant toute leur spécificité culturelle (avec des signes marqueurs de cultures : par exemple l'adjonction d'un drapeau italien sur lequel est tagué « champion del

mondo » à côté de l'écusson de l'équipe locale de Hockey, les New York Rangers), tout en les inscrivant dans un cadrage restreint et surcadré, comme si les actions présentées n'avaient pas de hors-champ, comme si les « tactiques » du quotidien ne prennent sens que dans une sorte de confinement. De même, le passage d'un quartier à un autre, dans ce film, se fait sans transition : d'un plan à l'autre, l'on passe du quartier de Bensonhurst à Manhattan, de Manhattan à Harlem, avec tout le choc visuel (changement de lumières, changement de rythme narratif, etc.) que cela comporte. Autre manière de montrer le découpage social et culturel qui s'opère dans les métropoles et, surtout, sur l'inconscience fondamentale qu'ont les sujets urbains de ce découpage et de toute sa violence.

Ce qui est également intéressant, dans ce film, est de voir quelles sont les « tactiques » que les habitants peuvent employer pour prendre possession du territoire et conserver ainsi une relative identité. Cela se manifeste notamment dans les scènes où le personnage accompagne sa fille à l'école, dans un parcours qui est toujours le même – donc rassurant. À la fin du film, lorsque a lieu une réelle incidence – une droguée fait une offre sexuelle au personnage principal –, celui-ci apparaît comme totalement bouleversé. Ce n'était pourtant pas la première fois que cela arrive dans le film : c'est que son regard s'est dé-centré, et toute la sécurité de sa « tactique » lui apparaît comme fragile et, surtout, comme socialement et culturellement déterminée.

Pendant que Spike Lee est encore dans une réflexion politique sur le partage territoire, nombre de cinéastes américains ont déjà orienté leurs questions ailleurs. La question des violences urbaines tend à être remplacée par une autre dimension paranoïaque : celle d'un système qui se cacherait derrière l'organisation sociale et qui la dirigerait¹⁶⁹. Si ce thème est loin d'être nouveau, il a singulièrement été beaucoup traité ces trente dernières années, avec beaucoup de déclinaisons.

Tout ce qui caractérisait *l'américan way of life*, les signes de réussite et de sécurité, sont progressivement critiqués. Si les grandes métropoles américaines et leurs banlieues ont désormais une image de marque forte, beaucoup de films et de séries « craquellent » ces images, tendent à présenter leur fragilité. À ce titre, l'œuvre de David Lynch est intéressante. Prenons le début de *Blue Velvet* (David Lynch, 1986). Lynch présente des images feutrées du cadre paisible d'une banlieue américaine, avec ses enfants qui jouent, et un personnage qui arrose tranquillement son jardin – la bande sonore accompagne ces images avec la chanson *Blue Velvet*. Soudain, une tonalité brise l'harmonie, devient insupportable aux oreilles et

¹⁶⁹ Jameson F., *La totalité comme complot : essai sur l'imaginaire paranoïaque contemporain*, Paris, Les Prairies ordinaires, 2008

l'arroseur s'écroule : crise cardiaque. La chanson laisse sa place à des bruits de craquellements de plus en plus oppressants, tandis que la caméra plonge dans le gazon et nous montre son écosystème, avec nombre de fourmis et d'activités grouillantes. Effet de réel – la mort – et relativité de la place de l'Homme dans l'espace ; c'est le point de départ de ce film qui, à sa manière, va problématiser les fictions de *l'américan way of life*, le difficile héritage culturel (autre manière de problématiser le rapport à l'Histoire et l'impossible rapport au Père). En effet, le film débute réellement lorsque le personnage principal – fils du défunt – découvre un pied tranché lors d'une promenade et part enquêter à ce sujet. Il va découvrir des réseaux de violence et de drogues cachés dans l'espace de sa banlieue paisible, réseaux contre lesquels les « autorités » n'ont aucune puissance. Sous l'image de la puissance paisible, il n'y a aucune réalité, aucune autorité, juste une « performance » de la culture américaine qui n'a de sens qu'aussi longtemps qu'on la performe, après cela, il n'y a plus rien, plus rien que des insectes qui grouillent et de la violence dans la ville.

Il aurait pu y avoir ce que nous pourrions appeler une « hypothèse du terroir » - un retour à la nature, à la vie de campagne, une sorte de régression afin de ne plus être plongé et perdu dans les dérives urbaines. Mais Lynch montre qu'il n'en est rien. À ce titre, *Twin Peaks* (David Lynch, 1990-1991) est exemplaire : derrière le générique montrant des images oniriques d'une petite ville de l'état de Washington, avec sa forêt, ses restaurants, sa petite route, et son usine, nous voyons tout autant une ville anéantie par des relations perverses, des spéculations financières et mystiques, et l'impossibilité de retrouver l'ordre « naturel » tout autant que de reconnaître la pertinence de l'organisation de la communauté.

C'est la norme qui devient objet problématique ; mais reste à découvrir d'où s'établit cette norme, quelles sont ses logiques, quelles sont ses incidences sur le sujet et dans quel espace peut-on lutter contre elle. Si dans *Jungle Fever*, c'est sur le plan du partage urbain qu'il faut redéfinir les conflits propres au social, l'évolution des films de genre montrent à quel point l'espace urbain n'apparaît plus comme un site de combats politiques. Si le cinéma de Roméro (*La nuit des morts vivants*, 1968) illustre directement les problématiques politiques, les « jeux », les spéculations sur les logiques formelles du genre, tendent à occulter combien les enjeux narratifs ne sont plus directement assimilés à des enjeux politiques entre classes sociales. La question demeure, mais elle est traitée avec une distanciation : les extraterrestres prennent comiquement pouvoir par les médias (*Invasion Los Angeles*, Carpenter, 1988), les zombies reprennent en charge les pratiques du quotidien (*Shaun of the dead*, Edgard Wright, 2004).

Plus précisément, nombre de cinéastes américains vont tendre à différer cette question fondamentale du partage du sensible, en allant chercher ailleurs une transcendance qui expliquerait l'ordre du monde. Ainsi voyons-nous émerger des thématiques angoissantes de présences fantomatiques – encore une fois hors du symbolique – avec lesquelles il faut négocier (*Le projet Blair Witch*, Daniel Myrick, 1999 ; *Paranormal activity*, Oren Peli, 2009 ; etc.) ; des rapports d'espèces qui redistribuent le partage du monde (les vampires dans *Twilight*, les extraterrestres dans *District 9*, Neil Blonkamp, 2009...) ; voire un vaste système informatique qui contrôle l'ensemble de l'existence (la trilogie *Matrix*, Frères Wachowski, 1999-2001). Ces films sont angoissants parce que seuls peuvent survivre les personnages qui ont une singularité ou une capacité technique appartenant à cet ordre symbolique « totalisant ». Singularité ou capacité qui, par définition, se distingue du commun des hommes : c'est grâce à son rapport singulier avec des vampires – et grâce à un pouvoir qui lui est spécifique - que Bella, dans *Twilight*, peut survivre, comprendre (et intervenir dans) le monde secrètement partagé ; c'est parce qu'il a des qualités d'informaticien hors pairs que Néo devient l'Élu dans la trilogie *Matrix*, ce qui lui permet de comprendre et d'agir sur (et d'agir dans) le monde de la Matrice... Dans ces films, non seulement, l'on tend à différer la problématique, mais l'on rend le partage du sensible insignifiant, on l'inscrit dans un système qui le transcende, et seuls une appartenance reconnue à ce néo-symbolique permet d'avoir une existence notable (pour ne pas dire vivable). Ceux qui ne sont pas élus sont réduits à l'état de matière – chair à sang pour les vampires, supports de bio-énergie pour la Matrice.

C'est dire si le site du combat s'est déplacé. Le cinéma de Cronenberg problématise notamment les illusions produites par les images, par nos rapports « naïfs » aux images – qui seraient exprimé par les horreurs que représentent les plongées dans l'imaginaire. *Vidéodrome* (Cronenberg, 1983) débute sur une relation problématique à un film pornographique violent – c'est-à-dire un film qui est déjà à la frontière du symbolique - pour s'achever sur un jeu de totale illusion ; *ExistenZ* (Cronenberg, 1999) nous plonge directement dans l'univers des jeux vidéos, tant il n'y a plus d'expériences possibles dans le réel. Dans un film comme dans l'autre, ce qui apparaît effrayant est que, derrière ce jeu d'illusion imaginaire, il n'y a aucune distanciation possible, puisque, par définition, cette symbolisation est la force d'un Individu ou d'un pouvoir occulte (par exemple, O'blivion dans *Vidéodrome*). Cependant, dans *Vidéodrome*, l'on apprend qu'O'Blivion est mort : le problème est moins de savoir qui maîtrise cette « force occulte » que de montrer comment les sujets sont aliénés par cette « force » et contribuent eux-mêmes à leur aliénation.

La lutte de pouvoir est lutte pour maîtriser les outils par lesquels s'implante ce pouvoir, et ces outils sont les dispositifs d'information et de communication : d'abord, la télévision chez Cronenberg et Carpenter, puis, progressivement tous les dispositifs de communication. C'est que, entre temps, les américains découvrent les hackers – personnages subversifs qui, comprenant l'organisation des infrastructures de télécommunication, les subverti pour des usages personnels¹⁷⁰. Ce sont moins des « pirates » qui visent à escroquer le citoyen qu'au contraire, des personnages qui subvertissent un certain nombre de dispositifs afin d'en faire des *biens communs*.

Le site se déplace progressivement vers le *cyberespace* – espace d'informations et support de communication qui est interrelation avec l'espace urbain :

« le cyberespace. Une hallucination consensuelle vécue quotidiennement en toute légalité par des dizaines de millions d'opérateurs, dans tous les pays, par des gosses auxquels on enseigne les concepts mathématiques... Représentation graphique de données extraites des mémoires de tous les ordinateurs du système humain. Une complexité impensable. Des traits de lumière disposée dans le non-espace de l'esprit, des amas et des constellations de données. Comme les lumières de ville, dans le lointain... »¹⁷¹

Le rapport à l'informatique, chez Gibson, est aussi problématique que le rapport aux technologies de modernisation chez Benjamin : l'ordinateur a un pouvoir « d'illusion consensuelle » produite par les effets des « psychotropes » qui permettent l'accès à ces machines ; être trop longtemps éloigné de la machine et sans psychotrope conduit d'ailleurs le personnage principal à se sentir « tombé dans la prison de sa propre chair »¹⁷². Le cyberespace *an-esthésie*, et c'est le positionnement dans cet espace, ainsi que la compréhension de ses logiques de pouvoir et de signification – c'est-à-dire, au final, se distancier -, qui permet au *hacker* de lutter.

Il s'agit, pour les hackers, les combattants du cyberespace, de s'inscrire dans la logique, dans l'espace virtuel de la machine pour y entamer des luttes – qui étaient jusqu'alors dans le réel -, ainsi, voit-on dans des films comme *Tron* (Steven Lisberger, 1982) ou *Johnny Mnemonic* (Robert Longo, 1995 ; film auquel a collaboré Gibson) des reconstructions, au sein du cyberespace, d'un partage du monde, parfois des reconstructions urbaines lumineuses, des mégapoles dématérialisées... C'est cela d'ailleurs qui est intéressant dans l'œuvre de Gibson : dans la reconfiguration spatiale du cyberespace, il s'inspire profondément de

¹⁷⁰ Voir quelques portraits de figures majeurs du hacking sur la page suivante : <http://www.arte.tv/fr/3914790.CmC=3936096.html>, consulté le 10 juillet 2011.

¹⁷¹ Gibson W. *Neuromancien*, op.cit., p.64

¹⁷² *ibid.*, p.9

l'organisation urbaine de Los Angeles et la manière dont on peut la percevoir à travers le prisme du cyberspace donne un autre sens à la manière dont on la perçoit et dont on y agit plus usuellement. Ainsi, par exemple, dans le roman *Code Source*, le personnage principal est tellement obsédé par la « grille GPS » qu'il éprouve le besoin de la matérialiser dans tous les lieux où il peut agir et percevoir ; c'est que, à travers cette grille, il a pu découvrir des réseaux de pouvoirs implicites, seulement visibles à travers le prisme de la réalité augmentée¹⁷³. Les nouvelles inflexions tendent justement à combattre désormais sur les deux plans : réalité et réalité augmentée. Gibson donne ici une version aisément interprétable de la *cartographie* qu'invitent à faire Benjamin et Jameson.

Toutes les œuvres que nous venons de parcourir expriment la complexité du partage du sensible à l'heure des NTIC. Les problématiques ne sont pas radicalement différentes de celles de Benjamin et de Cavell, mais prennent des déterminations particulières, des inflexions nouvelles, notamment parce qu'il y a un dédoublement des sites de sociabilité, de rapports de pouvoir, et d'identification. Si dans l'imaginaire paranoïaque, l'espace urbain a été temporairement oublié au profit des sites propres aux dispositifs d'information et de communication, l'on tend néanmoins aujourd'hui à relier ces deux espaces, ces deux problématiques parce qu'elles sont reliées, consubstantielles. *L'aïsthésis* contemporaine s'inscrit dans ces deux espaces-temps et la politisation de l'esthétique contemporaine consiste notamment à relier ces deux dimensions de *l'aïsthésis*. La problématique symbolique contemporaine, les effets idéologiques dominants, consistent à dénier les problématiques symboliques de l'utopie de la modernisation et de la technique, à les différer dans la deuxième dimension du *cyberspace* et de *l'Internet* : c'est ainsi qu'ils deviennent des sites exemplaires de la théorie postmoderne. Il s'agit d'établir la critique de cette utopie ; nous allons le faire dans le prochain passage. C'est ensuite que nous pourrons mieux comprendre les œuvres artistiques contemporaines comme « critiques » de cette utopie et comme expérimentations de la double dimension de *l'aïsthésis*. C'est dans un dernier temps que nous pourrons voir comment le cinéma, précisément, s'inscrit encore comme dispositif critique – et notamment à travers de nouvelles configurations du dispositif filmique, comme du dispositif de projection, nouvelles configurations qui n'excluent pas les anciennes.

¹⁷³ Gibson, *Code source*, Paris, Au diable vauvert, 2008

ii. Le postmoderne comme contexte dominant de déni de la distanciation symbolique

À la fin de son article, Élise Derroitte cite Benjamin :

« c'est une image irrécupérable du passé qui risque de s'évanouir avec chaque présent qui ne s'est pas récupéré par elle »¹⁷⁴.

C'est à partir de cette citation que l'on comprend la logique de l'esthétique (et surtout, son articulation au politique) de Benjamin : il vise finalement à permettre au sujet de se positionner vis-à-vis de la modernité en la poétisant et, surtout, en lui injectant une historicité qui relativise la violence des chocs produits par la modernisation. Il s'agit, de fait, de symboliser une quotidienneté qui est violente – donc a-symbolique –, d'injecter un parcours et une profondeur là où il n'y a plus que du mimétisme de surface... Il s'agit de retrouver la « naïveté », l'enfance, dans la tradition perdue là où l'espace public contraint de plus en plus soit à une réduction du sujet à des pratiques mimétiques (afin d'éviter sa fragmentation symbolique voire effective), soit à une injonction d'être un sujet total, résistant, puissant (tel que le prône le fascisme).

Autrement dit, Benjamin prône une pensée de l'alternative, une pensée de la vicinalité. Mais qu'en est-il si l'alternative disparaît ? C'est précisément l'objet de la conclusion de l'ouvrage de Jameson sur le Postmoderne et de la grande difficulté à lire Benjamin aujourd'hui.

En effet, la modernité, en pleine structuration suite aux développements de la modernisation, est encore encombrée de non-simultanités, de non-synchronicités, c'est-à-dire encore encombrée d'archaïsmes. Ces derniers peuvent paraître tout aussi effrayants que les techno-structures modernes, mais ils avaient le mérite alors d'inscrire des événements (par leur effet d'altérité) au sein du continuum rationnellement automatisé de la vie moderne ; autrement dit, il y avait une sorte d'espace de négociation, entre les pratiques culturelles historiques et les effets de modernisation (technique). À ce titre, d'ailleurs, Jameson offre une lecture passionnante et éclairante du *Procès* de Kafka. Ce que Jameson définit comme postmoderne – versus le moderne – n'est que le résultat d'une plus forte homogénéisation expérientielle (encore que, déjà sous le moderne, selon Benjamin, il n'y avait précisément

¹⁷⁴ Derroitte E., op.cit. Sa citation est extraite de Benjamin W., « Sur le concept d'histoire », *Écrits français*, Paris, Gallimard, 1991, Thèse V, page 341.

Le texte « sur le concept d'histoire » est absolument déterminant pour une bonne compréhension des enjeux politiques qu'évoque Benjamin dans l'article « l'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique » : il rend compte de l'articulation complexe des temporalités sociales, de l'histoire et de la sociabilité.

plus expérience) ; en d'autres termes, le modernisme est encore une modernisation incomplète, tandis que le postmodernisme est l'intégration complète des effets de modernisation et l'achèvement des archaïsmes (c'est en ce sens que la superstructure est écrasée dans l'infrastructure). Autrement dit, à là où Benjamin propose une critique des utopies de la modernisation, nous sommes désormais dans une logique qui a totalement intégré ces utopies – et cela implique la confrontation à un plus fort déni de la distance symbolique.

N'oublions cependant pas ce qui était indiqué dans l'introduction générale de cette partie de la thèse : il n'y a pas substitution complète, mais une « dominante ». En effet, l'ensemble des acteurs de la sociabilité n'est pas univoque, unilatéral ; autrement dit, il y a compromis, accords implicites, au sein de l'espace public, de plusieurs logiques culturelles. Dans un réductionnisme qui n'a de valeur qu'explicative, nous pouvons voir cela dans la différence entre les adolescents d'aujourd'hui versus les retraités : les premiers, fortement ancrés dans les logiques postmodernes et dans les usages des NTIC conçoivent la culture, les NTIC, les expressions culturelles, *l'aïsthésis* d'une manière radicalement différente de leurs aînés qui, quant à eux, articulent tout cela à leur expérience de la modernité. Il y a donc, encore, des espaces critiques, des espaces différentiels, qui sont précisément les lieux de négociation et de sociabilité ! C'est précisément cela, d'ailleurs, qui rend nécessaire - et très complexe - la tâche du médiateur, ainsi que toute forme de décision politique quant à l'exploitation des produits culturels : il y a plus ou moins coprésence de deux régimes de la modernité et donc, a fortiori, de deux régimes de médiation culturelle¹⁷⁵. Il s'agit de déterminer le « site » de négociation.

Nous disions donc que le postmoderne est, en quelque sorte, la fin des vicinalités que Benjamin et ses contemporains trouvaient encore dans le moderne. Pis, si Jameson parle de postmoderne, plutôt que de moderne tardif ou d'hypermoderne, c'est que le moderne comme appréhension du monde, comme appel irrémédiable au nouveau, n'a plus lieu. La condition postmoderne semble être un abandon de la lutte contre les idées poussiéreuses, un abandon à chercher de la profondeur dans l'ordinaire.

¹⁷⁵ C'est à ce titre que le présent travail s'inscrit dans la poursuite des travaux de Bernard Lamizet. Profitant de ses acquis, ainsi que des théories de Benjamin, il s'agit de saisir la complexité d'un stade de changement paradigmatique. Mais si Benjamin voyait un salut dans la possibilité de rester ancré dans deux logiques, nous voyons désormais que – postmodernes ou non – nous ne pouvons pas nous satisfaire de la conception culturelle de la modernité, qui n'est que transitoire (du moins, telle que la définit Benjamin).

L'espace public apparaît de plus en plus soit comme un espace de discussions et de luttes vaines, soit comme un espace fantasmagorique et illusoire, ne rendant pas compte de la richesse des subjectivités. Il est, à ce titre, remarquable de constater que l'espace urbain – qui est, historiquement l'espace de publicité (au sens habermassien), espace de discussion - est de plus en plus dépossédé de son pouvoir politique et réduit à un *name-branding*¹⁷⁶. L'expérience urbaine, avec les monuments restaurés, est alors moins survivance du passé que simulacre, actualisation. « *Maintenant, tout est nouveau ; mais, du même coup, la catégorie même du nouveau perd sa signification et devient elle-même un peu une survivance du passé* »¹⁷⁷.

« Laisser la porte entrouverte pour l'arrivée du Messie » - le mysticisme de Benjamin - , l'appel au nouveau, sont des rêves qui n'ont plus lieu. Le Vieux ne coexiste plus avec le Nouveau et rompt dès lors une continuité qui laisse place à une forme *d'archéo-téléologie* – l'on performe notre présence dans le seul but d'être présent dans le présent de la performance, une logique où le serpent se mord la queue, sans espace différenciel. Nous sommes témoins d'une rupture radicale avec bon nombre de théoriciens modernes. Notamment d'avec Kant, puisque, dans la perte du rêve téléologique, nous perdons également la nouveauté radicale : la révolution, qui était, chez le philosophe de Königsberg, l'absolu Nouveau. Il ne s'agit pas, pour autant, de défendre une régression et de viser à revenir à la conception kantienne : en effet, elle est insoutenable ; il s'agit de pointer la manière dont elle a été subvertie, dont on lui a exclu tout le caractère « critique » (c'est-à-dire, justement, les distanciations).

Cette éviction progressive se retrouve dans la manière même dont l'Art s'est positionné tout au long du XXe siècle. Dans la recherche d'une formalisation épanouissante d'une nouvelle subjectivité réflexive, les artistes se sont moins concentrés sur le social en tant que tel que sur la transfiguration du moi.

Que cette transformation doit être corrélée de la transformation du monde et de la société apparaît comme une évidence ; ces dernières étant alors vécues comme irrémédiablement en transition, ce qui implique que les œuvres ne les problématisent pas en tant que telles. Le problème est que cet élan optimiste n'est devenu que purement formel. Et, surtout, illustre de l'opacité, c'est-à-dire de la non transparence du social.

¹⁷⁶ Ce point est essentiel et problématique pour les exploitants de grandes villes. En effet, ces dernières tendent de plus en plus à investir, au sein du champ cinématographique, au niveau de la production et/ ou de l'organisation de festivals et autres événementiels, et, de moins en moins, aider les exploitations. C'est ici l'expression d'un souci d'image de marque plus que d'une réelle logique de développement culturel. Nous y reviendrons dans les parties suivantes.

¹⁷⁷ Jameson F., *Le postmoderne...*, op.cit., p.434

Cet échec participe d'une délégitimation de *l'auteur* au sens classique du terme, et d'une légitimation de la place du spectateur-lecteur-sujet (qu'il n'avait alors pas au début du siècle). En effet, la dimension du « génie » kantien est très prégnante dans les mouvements modernes, bien que

*« la majeure partie des « classiques » modernes se voulaient cependant des figures de déblocage de l'énergie humaine ; la contradiction du modernisme porte sur la façon dont cette valeur universelle de la production humaine ne pouvait parvenir à la figuration que par la signature unique et restreinte du prophète ou visionnaire moderniste, la mettant donc progressivement à nouveau hors de portée de tous, sauf des disciples »*¹⁷⁸.

C'est dire aussi que, si l'on doit faire une critique des logiques postmodernes, nous ne pouvons pas, non plus, accepter les logiques antérieures. Nous devons les ré-aménager à partir des écueils du postmoderne.

Dans la mécanique antérieure, l'œuvre était réifiée puisque les relations du sujet (spectateur) à la production (de l'œuvre) étaient bloquées, conférant au spectateur une perte de pouvoir. Ce qu'on appelle, de manière souvent dépréciative, le *consumérisme* (y compris le consumérisme culturel, d'Adorno à Baudrillard, en passant par Barthes), n'est rien d'autre qu'une forme de sublimation de cette perte de pouvoir, qui ôte toute relation dialectique au monde et donc, a fortiori, la relation du sujet au monde.

L'échec de la politique culturelle de Malraux n'exprime d'ailleurs rien d'autre que cela et la découverte finalement récente de l'impératif de médiation illustre du traumatisme généré par le fossé entre la production et la perception. Beaucoup de stratégies de médiation consistent d'ailleurs à faire une expérience analogue à la production.

Cette structure réifiante de la culture s'est disséminée également au sein du champ cinématographique et y apparaît encore aujourd'hui. Il est, par exemple, notable de voir dans l'introduction de Jacques Aumont sur le cinéma et le moderne, des références religieuses à propos des défenseurs du cinéma de la modernité (Rivette comme prophète, Daney et Deleuze pour les Écritures, Godard et Bergala comme propagandistes...) ¹⁷⁹, souvent dominés – comme nous allons le voir – par la logique picturale, une sorte de maintien de la logique de l'aura de l'œuvre.

Ce discours, en France, a encore une relative légitimité, un pouvoir suffisant, pour que le champ soit tiraillé entre cette conception de l'art et une autre conception plus « postmoderne ». Le spectateur, tiraillé entre ces deux conceptions, mais sans jamais avoir

¹⁷⁸ Jameson F., *ibid.*, p.442

¹⁷⁹ Aumont J., *Moderne ?...*, *op.cit.*

réellement une visibilité sur la production du discours, est aux prises avec les valeurs *pharmakon* – il y a ambivalence au sein de l'espace public, et la valeur est alors différée et déléguée au spectateur qui, lui, est contraint d'établir une valeur non pas en fonction des logiques de désir et de sociabilité, mais en fonction des logiques du conatus et du pouvoir (ainsi que de l'appartenance à une communauté). Tout le problème de la médiation consiste précisément à éviter cet écueil *pharmakon*, à ne pas véritablement céder non plus pour un discours ou l'autre. Or, nous le verrons avec le problème des dispositifs d'éducation à l'image, l'historicisation, qui permet précisément de comprendre une logique sans y adhérer, est souvent ignorée.

Une autre remarque, permettant de pointer l'importance de la co-incidence de ces deux logiques a été faite par Slavoj Zizek, à propos de l'usage des magnétoscopes¹⁸⁰. Les dispositifs d'enregistrement – que l'on peut étendre à ceux de téléchargement – incitent généralement à un usage compulsif qui n'aboutit pas nécessairement à un visionnage équivalent. Bien souvent, l'on enregistre, on télécharge, pour voir le film à un moment ultérieur qui vient très rarement. La satisfaction est moins dans la relation esthétique que dans l'acquisition de la possibilité de voir.

Il y a une certaine logique, nous dit Zizek, où c'est comme si le magnéscope regardait le film pour moi, à ma place, devenant alors l'équivalent du « Grand Autre », le médium d'enregistrement symbolique. Le sujet méconnaît alors son décentrement dans ce qu'il perçoit à tort comme étant sa propre jouissance. Ce qui permet à l'auteur de conclure d'ailleurs que le vrai danger alors n'est pas tant la passivité du sujet qu'au contraire la privation de passivité, au profit d'activités frénétiques et surtout, non réflexives. Il est vrai que ce type d'usage est réappropriation d'un pouvoir dont il semblait exclu ; mais il ne gagne pas la visibilité de la production et, au contraire, confère toujours plus de pouvoir symbolique à quelque chose d'externe à lui. C'est l'expression même de la persistance de l'impuissance structurelle du modernisme ; mais ajouté à cela, une carence réflexive quant à l'exploitation de dispositif.

Il en résulte une double problématique, une valeur *pharmakon* dans l'emploi d'autres supports de diffusion en ce qu'il camoufle davantage encore la logique productive – contribuant toujours plus, comme le craignait déjà Platon, à une dépotentiation du sujet.

¹⁸⁰ Zizek S., *Fétichisme et subjectivation interpassive*, disponible sur : http://www.marxau21.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=26:fetichisme-et-subjectivation-interpassive&catid=51:zizek-slavoj&Itemid=70, consulté le 20 avril 2009

Il s'agit moins ici d'une critique univoque que de la proposition de perspectives problématiques. Inversement, justement, l'apologie camouflée d'Alban Martin¹⁸¹ quant aux NTIC permet effectivement d'entrevoir sinon des perspectives politiques, au moins le « soulagement » postmoderne qu'évoque Jameson, c'est-à-dire la destruction des valeurs formelles modernistes.

Il y a donc disparition progressive du Nouveau et de l'espace de négociation. La dimension sociale elle-même perd de sa figurabilité et le sujet est isolé dans une logique où il ne peut percevoir la production. Il résulte de cette situation une incapacité fondamentale d'établir une cartographie cognitive, une impossibilité de se situer.

Nous évoquions, quelques pages plus haut, le *géo-hacker*, l'imaginaire cyberpunk qui, dès les années 1980, ont exprimé les problématiques liées aux NTIC. Les questions de l'espace et du temps ont été posées à nouveaux frais dans cette littérature – et leur dimension chaotique exprime une paranoïa corrélative à la dépotentiation du sujet de cartographe son environnement. À ce titre, la définition du *cyberespace* par Gibson est relativement éclairante et il est étonnant de voir l'analogie entre la conception « lumineuse » du cyberespace – que ce soit chez Gibson, comme dans le film *Tron*, qui est à peu près contemporain, mais chez tous les successeurs de ces deux œuvres – et l'illustration des villes dans les tableaux d'atmosphère du début du XX^e siècle, dont la fascination est moins vécue par la profondeur, que par les effets lumineux de surface. Mais cette manière de percevoir ces deux phénomènes est un aplatissement de ces derniers :

« John Czaplicka écrit que la ville est « réduite aux atmosphères éprouvées par le regardeur (...). L'expérience du lieu (...) est plus émotionnelle que rationnelle (...). Un artifice nie subtilement la ville (...), ainsi que les responsabilités de l'humanité à l'origine de cet environnement »¹⁸².

Ces deux perceptions sont inscrites dans des schémas *d'an-esthésie* où la réalité elle-même est narcotique. La problématique est alors, en effet, particulièrement déplacée vers le cyberespace et les NTIC qui devaient desembourber la situation expérientielle des sujets. Le *hacker* poursuit alors le vieux rêve romantique du *flâneur* – celui de viser une réappropriation de l'espace public, l'expression du désir d'échapper de sa propre subjectivité par la symbolique des objets – exprimés ici par la réappropriation (et éventuellement la redistribution) des données et la mise en œuvre d'une (re)configuration cognitive du *cyberespace*.

¹⁸¹ Martin A., *Et toi, tu télécharges ?...*, op.cit., auquel nous nous sommes beaucoup référencé dans le chapitre précédent.

¹⁸² Cité par Buck-Morss S., op.cit., p.138

Le *hacker* est la figure romantisée (en bien comme en mal) – et non pas seulement *romancée* - de celui qui traverse les dispositifs, et la puissance imaginaire de cette figure s'enracine dans la manière dont les NTIC et le *cyberespace* peuvent être posés comme *Grand Autre* (notamment par rapport à ce que disait Zizek). Nous disons *romantisé*, parce qu'il demeure, dans ces figures, le rêve d'un Ego qui dépasse les problèmes, le rêve d'un individu qui pourrait être totalement autonome, là où, au contraire, nous insistons sur la dimension hétéronome du sujet et l'importance à accorder un espace de négociation et de signification. La figure du *hacker*, tôt ou tard, est liée à l'enfermement – par exemple, la pratique de la connexion au cyberespace est toujours au sein de la conscience, le hacker est toujours représenté dans un état d'hypnose... La figure du *hacker* nous est utile pour comprendre les nouveaux espaces de lutte ; cependant, il faut en dépasser la conception usuelle.

Autre problème, qui est l'expression inverse du *géo-hacker* : celui des « communautés de réception », des réseaux de goût et de valeur, qui sont le pendant spéculaire de la micropolitique (produit du déni de la logique dialectique de sociabilité et de la démonumentalisation du politique et, a fortiori de la logique culturelle dans laquelle il s'inscrit).

Certes, nous pouvons convenir avec Alban Martin qu'il s'agirait de l'apparition d'une nouvelle forme de production collective ¹⁸³; cependant, ce terrain de lutte idéologique, qui apparaît comme primordial, est témoin d'une substitution des concepts en simples représentations. Si l'anomie du sujet au sein du social était encore, sous Benjamin, un espace potentiel (mais effrayant) de lutte (aussi bien les sans abris que les flâneurs), ceux-ci sont désormais catégorisables ; il y a même une mécanique relativement abstraite mais d'une grande puissance performative où le sujet s'autocategorise (notamment à travers les usages des tags sur le web et des facilités commerciales qu'en tirent des sites comme *Amazon*).

Cette logique accorde toujours plus de pouvoir au Langage, c'est-à-dire au symbolique, sans pour autant permettre au sujet de le situer, ni réellement de se positionner vis-à-vis de lui. Si le champ de l'exploitation des catégories est celui de l'expert, nous comprenons alors la logique syllogistique qui veut que le spectateur, exploitant lui-même des catégories, devient expert. (Par là même, nous comprenons d'autant mieux la crainte de Zizek de la perte de notre dimension passive).

¹⁸³ Martin A., Et toi, tu télécharges ?...,op.cit.

Et, parce que nous ne saurions accepter d'être réduit à une catégorie, il est évident que le sujet se propose comme représentant de divers groupuscules, inscrits dans plusieurs catégories. À ce titre, nous voyons d'ailleurs un glissement progressif du désir vers le *conatus*, dans le glissement de la perte de passivité consubstantielle au désir vers la répétition du symbolisme.

Le marché de l'art, et peut-être plus fortement encore le marché du cinéma, exploitent efficacement cette problématique. Dans cette perspective, l'œuvre ne se positionne plus dans une perspective historique et intertextuelle vis-à-vis de ses prédécesseurs, mais dans un plan plus horizontal, vis-à-vis des groupes et identités de public qui leur correspondraient. Par exemple, il y a une grande différence entre la logique de citation à l'œuvre dans *Histoire(s) du cinéma* (Jean-Luc Godard, 1988-1998) et celle à l'œuvre dans *Kill Bill* (Quentin Tarantino, 2003-2004). Chaque image exploitée dans la série de Godard fait référence à un film ou à une critique qui a évoqué le film, bref chaque image exploitée dans ce film devient signe d'un discours sur le cinéma et sur le monde ; inversement, Tarantino ne fait qu'exploiter les logiques formelles et les logiques d'usages propres au cinéma bis et propose de jouer avec, de les mélanger. Ces deux auteurs, ces deux façons de se positionner par rapport à l'héritage cinématographique sont des exemples paradigmatiques des logiques (et des limites) propres – respectivement – au moderne et au postmoderne. Godard est moderne parce qu'il incite à une approche réflexive ; Tarantino est postmoderne parce qu'il occulte cette réflexivité au profit du seul plaisir d'exploiter – de performer – cet héritage. Les deux ont leurs limites : impossible de comprendre le film de Godard sans avoir une pleine connaissance de ses références, comme s'il fallait participer d'une certaine forme de « distinction » pour profiter du discours du cinéaste (qui devient discours de Maître) ; le film de Tarantino offre le plaisir de se voir reconnaître une certaine compétence, une certaine connaissance du cinéma, mais n'offre aucune perspective critique. Dans notre posture, il ne s'agit pas de rejeter ces formes ; il s'agit d'en pointer les limites et de définir un cadre dans lequel le spectateur peut aller de l'un à l'autre. Toujours est-il, cependant, que la dominante culturelle est plutôt favorable à la démarche de Tarantino – institutionnellement justifiée par certaines théories de la réception, par exemple celle de Janet Staiger ou de Laurent Jullier. (Dans la deuxième partie, nous verrons qu'inversement, l'institution française – qui vise la diversité culturelle – tend à ne se consacrer qu'à l'approche moderne de Godard, avec toutes ses limites, parce que, précisément, elle ne l'applique pas de manière dialectique)

Il y a, ainsi, une dialectique objective entre l'émergence de ces sous-groupes et les développements du marché, puisque ceux-ci, précisément, sont des nouveaux marchés, des

niches. Il y a, dans ce processus (c'est-à-dire dans cette conception de la culture qui est saisie en termes causalistes et non dialectique), la perte de la dimension politique de l'expérience esthétique, puisque le politique ne peut se faire que dans le cadre d'une coordination du local et du global, où le localisme est transfiguré (c'est-à-dire qu'elle ne peut s'effectuer que dans une approche dialectique). Dans le cas de figure d'une perte de ce sens de globalité (qui est différée et imaginée sous forme de « totalité » - qui est une notion abstraite), la recherche même de cartographie semble absurde et l'on tend vers un confinement à la morale, dans son sens le plus strict. Le jugement de goût *ex ante* est moins jugement de goût qu'une posture *mimétique* sécurisante pour le sujet. Il s'agit, dans ce cas de figure, moins d'interroger la *communauté* de l'expérience – sa contingence, mais aussi sa relativité -, que de se rassurer de la légitimité d'une position, qui assure ainsi une sécurité psychique notable. Jameson résume de manière assez limpide la mécanique qui est à la source de cette situation :

« plutôt que de faire confluencer la métaphysique individuelle et existentielle de la présence, de la plénitude ou de la « réconciliation » avec la volonté politique de transformer le système social lui-même, il nous faut briser le lien entre les deux. Que la vision politique d'une société radicalement différente était d'une certaine manière une projection de la métaphysique personnelle de l'identité et devait, par conséquent, être abandonnée avec cette dernière fut la prémisse non-examinée de ce nouveau conservatisme. Politiquement et idéologiquement, cependant, la situation est en fait renversée ; et c'est le pouvoir de la critique philosophique de la métaphysique existentielle qui est mis au service du projet de démantèlement de ces visions politiques d'un changement social (ou, en d'autres termes, les « utopies ») »¹⁸⁴.

Cependant, Jameson fait deux remarques qui sont d'une importance cruciale. D'une part, cette situation a l'avantage de dissiper les dernières illusions relatives à l'autonomie de la pensée et ce, de manière progressive. Ce qui implique l'acculturation de ce principe ; c'est une des fonctions du médiateur culturel qui de participer de cette acculturation, et donc à l'exploitant de le faire au niveau des pratiques cinématographiques.

D'autre part, si Jameson évoque les subversions de ce principe, il évoque également un point crucial et positif : la nécessité d'articuler la question de la pensée avec le *point de vue* de classe ou de groupe. Ce qui revient à dire, pour nous, l'importance, au sein de la médiation de l'attention que l'on doit accorder à la *spectature* (qui est donc loin d'être quelque chose d'évident pour le sujet). Ce qui signifie que le positionnement au sein de l'espace public, sa visibilité pour le sujet est primordiale. Ce qui signifie également l'importance que l'on doit accorder au *conatus* ; ainsi, les effets du *conatus* de l'exploitant (à la fois dans l'espace public

¹⁸⁴ Jameson F., *Le postmoderne...*, op.cit., p.470

et au sein du champ) sont absolument déterminants (au sein du champ évidemment, mais, bien qu'on l'oublie souvent, également aux yeux du public) et nous verrons, dans la deuxième partie, que ceux-ci conduisent bien souvent, malheureusement, à des valeurs *pharmakon*. En effet, comme nous l'avons glissé, quelques paragraphes précédemment, l'exploitant est inscrit dans une logique institutionnelle qui, loin d'atteindre ses objectifs de diversité culturelle, tend vers une approche moderniste restrictive. Ce faisant, le spectateur n'est pas confronté à une logique dialectique, mais à un conflit de valeurs, dont il doit être juge et partie.

iii. Les problématiques esthétiques telles que
refondées par la question du flux : l'articulation
virtuel / réel / actualisation et l'émergence de
nouveaux espaces critiques

Nous pourrions continuer à faire la critique des incidences des développements dans l'espace public, mais là n'est pas l'objet de la présente thèse. Nous en pointerons des articulations dans notre critique de l'économie politique et symbolique du cinéma en partie III ; pour l'heure, nous visons à pointer qu'il existe des formes alternatives, des formes émergentes qui critiquent cette problématique. Il s'agit, au sein de ces œuvres, de pointer l'extrême paradoxe de la situation contemporaine, pointer l'extrême paradoxe de la définition individuelle du sujet, ainsi que de faire la critique de la réduction de l'art à un contenu.

Ainsi, par exemple, l'objet d'art tend à être réduit à un contenu. Mais, puisque son intérêt est explicitement lié à l'expérience, les artistes et les chercheurs travaillent de plus en plus précisément la notion *d'expérience* versus la notion *d'objet d'art*. Ainsi, Élie During nous propose, comme statut post-auratique de l'œuvre d'art, la notion de *prototype* : il s'agirait d'une expérience idéale, contenant tous les possibles matériels et symboliques qui seraient formalisés au sein d'un modèle (au sens de modélisation)¹⁸⁵. L'œuvre d'art aurait ainsi, selon l'auteur, intégré les logiques techniques et industrielles pour donner une expression intégrées des problématiques modernes. Cette conception est intéressante, mais elle est peut-être encore un peu trop vague et ne rend pas honneur aux multiples solutions que

¹⁸⁵ During É., « Prototypes : un nouveau statut de l'œuvre d'art », in. Tron C. (dir.), *Esthétique & société*, Actes, Paris, l'Harmattan, 2009

l'on retrouve au sein du champ de l'art dans son ensemble. L'intérêt de cette approche consiste en ce qu'elle nous permet de confirmer que le cinéma a toujours été moderne et a toujours intégré dans sa nature même cette logique moderne de *prototype*. Ce n'est pas pour rien, d'ailleurs, que les économistes du cinéma posent en préambule de n'importe quelle analyse le fait que le cinéma est une industrie de prototypes. Par ailleurs, c'est cette logique même de prototype, rendue possible par les appareillages de reproductibilité technique qui a conduit Benjamin à faire sa célèbre analyse du statut de l'œuvre d'art et de sa perte d'aura.

Nous pouvons développer encore plus cette approche, en requalifiant le statut de l'artiste des nouveaux médias. Le concept d'artiste ne convient plus, puisqu'il se définit à partir d'une logique historique passée, dont l'acmé semble être la définition au tournant du XIX^{ème} siècle. De cette définition, nous retenons que c'est le discours – ou regard – de l'artiste qui prime et l'œuvre apparaît comme une trace, un indice de quelque chose d'autre. Ici, au contraire, c'est l'objet qui est au centre du problème en ce qu'il n'est pas clôt – ou presque pas clôt. L'artiste est alors moins porteur de discours que l'œuvre et les usages du « spect-acteur » : il n'offre qu'un cadre d'usages. Il fait moins de l'art que de *l'ingénierie*. Et beaucoup d'artistes travaillant sur le réel augmenté, les questions du virtuel, etc., font finalement ce que l'on pourrait appeler de *l'ingénierie expérientielle*. Ils établissent des dispositifs qui sont générateurs d'expérience ; l'artiste n'est donc plus le moteur.

D'ailleurs, les stratégies industrielles les plus performantes dans l'industrie culturelle exploitent les logiques industrielles élémentaires de retour d'expérience : le retour d'expérience est une pratique extrêmement développée dans les laboratoires de recherche et développement, parfois en relation avec les marketeurs ; ici, le *feed back* se fait à partir même des retours des usagers. Il est également à noter l'importance grandissante des moyens financiers mis en œuvre dans l'élaboration des œuvres contemporaines qui sont parfois comparables au budget d'un film !

Au cinéma, la logique de l'identification, qui fonde l'esthétique et la sémiotique du récit, contribue à renforcer cette confusion entre histoire et mémoire dans la confusion entre la temporalité de l'histoire et celle de la mémoire. Le cinéma est avant tout une expression qui joue sur la temporalité et sur notamment sur les signifiants – avec le sens qu'on peut leur apposer – et sur les interprétations d'un instant, dont on attend les logiques symboliques, à travers des interprétations et des significations ultérieures.

Dans son ouvrage sur le cinéma, Cavell appréhende cet art comme un objet de la mémoire¹⁸⁶. Les formes expressives du cinéma, ainsi que ses conditions de spectacle en fait irrémédiablement un art du passé. Non pas un art révolu, comme perverti par le commerce et le spectacle, mais bien au contraire représentation de chose qui ont une existence (au moins imaginaire, et parfois réellement passée - *punctum*), mais qui ne sont pas présentes aux spectateurs. C'est au spectateur *d'actualiser* l'œuvre – comme on dit « actualiser une page en langage informatique », c'est-à-dire, en l'interprétant, de l'inscrire dans le symbolique. De même, le théoricien doit travailler à partir de sa mémoire de spectateur.

C'est au fond toujours un travail de synthèse qui rend à l'œuvre toute sa signifiante. Baigné dans un flux d'images, nous devons retrouver le moment important du film. Ce moment peut être plus ou moins évident, plus ou moins explicite ; il n'en reste pas moins que la part du spectateur consiste notamment à le chercher.

Il en ressort chez Cavell une approche « ouverte » au cinéma, une bienveillance fondamentale : penser le cinéma consiste à prendre en compte aussi bien les exemples les plus hauts que les plus ordinaires. Penser le cinéma n'est pas que penser les chefs d'œuvres, mais avant tout le travail du spectateur.

Il nous apparaît que le travail du spectateur évolue, se transforme. Parfois la transition se fait de manière plus ou moins évidente pour le public. Cavell supporte difficilement le changement qui s'est opéré dans les années 1970, après la fin des studios et par-delà le déplaisir qu'il a face à certains films, il éprouve encore plus de difficultés à supporter les nouvelles attentes du public. C'est que ce que nous proposent les films engage un autre rapport au cinéma et donc une autre « vie de salle ». Celle-ci tendrait à se concentrer d'avantage sur le réel, le procès de symbolisation et d'actualisation, tandis que le rapport moral aux films défendu par Cavell, mais également la téléologie de la relation esthétique chez Kant, s'attardent sur la dimension virtuelle – c'est-à-dire sur une articulation de l'imaginaire et du symbolique.

Si l'on tend à voir des rapprochements, au niveau des institutions, entre cinéma, NTIC et arts contemporain, c'est que, précisément, l'on a compris que le cadre (c'est-à-dire le dispositif et le discours institutionnel) a une incidence sur la valorisation de l'expérience et sur le processus même de l'expérience. Mais, si cela est particulièrement manifeste et intégré pour l'Art contemporain, cela l'est nettement moins pour le cinéma et pour les NTIC. C'est

¹⁸⁶ Cavell S., *La projection du monde...*, op.cit.

pourquoi quelques exemples issus de l'Art contemporain peuvent nous éclairer sur les innovations possibles du spectacle cinématographique.

Au niveau du cinéma, c'est l'expérimentation au niveau du dispositif et des mécaniques de sociabilités, c'est-à-dire une expérimentation de l'articulation *aisthesis* / dispositif / cadre de sociabilité, qui tendent à problématiser l'articulation œuvre / espace public / institution. Pour le dire autrement, c'est en modifiant quelque peu les règles et les conditions de perception cinématographique – de manière à exprimer les modifications des conditions de perception contemporaines –, que le cinéma tend à engager, à nouveaux frais, la question du « partage du sensible » (ce qui comprend aussi bien la question de la « disposition » du spectateur dans l'ordre du discours, que ses possibilités d'attention et de perception, que la posture de l'institution dans cet « ordre »).

Pour l'heure, il est pertinent de rester sur cette question du flux et d'essayer de saisir les positivités signifiantes du cinéma – nous en ferons ressortir une esthétique de l'articulation actuel / virtuel. Il faut comprendre que le cinéma apparaît à une époque de « déception » de la logique de représentation ; ce qui fait art ne semble plus être le propre des capacités à rendre compte du monde, de manière artisanale, en fonction de critères perceptifs et symboliques préexistants, mais la problématisation même du regard. De même, le sujet moderne est une déception du sujet raisonnable rêvé par les Lumières : il est une intériorité sans transparence et cette opacité sur laquelle on doit investiguer nous écarte d'autant plus d'une relative proximité au monde. La condition moderne interroge très directement la difficulté de l'existence dans le monde et avec les autres. Tout se passe comme si l'actuel et le virtuel se scindaient.

Le cinéma, « c'est voir le monde sans être vu », comme un rêve de voir le monde sans médiation. Le cinéma est le rêve du spontané, du mouvement de la réalité même. Dès lors, s'il y a une vérité du cinéma, ce n'est pas de montrer la réalité ou le monde tel qu'il est ; mais simplement le rêve du sceptique. « *La vérité c'est la dit-mension, la mention du dit* » nous dit Lacan ; la vérité du cinéma est qu'un monde spontané et spontanément perceptible est un monde où nous ne pouvons pas être. L'humain ne peut participer d'un monde spontané. Le seul monde spontané dont je suis témoin, c'est le monde du film où, précisément, je ne suis pas.

Mais, si le cinéma est un art du temps, il est avant tout art du passé :

« *in viewing a movie, my helplessness is mechanically assured: I am present not at something*

happening, which I must confirm, but at something that has happened, which I absorb (like a memory) »¹⁸⁷.

Absorption et restitution de mémoire, voilà la seule chose qu'offre le cinéma dans le présent du spectateur. La réalité est ici révélée avec le fantasme par des projections de réalités.

Le cinéma est un jeu de virtuels – c'est moins le réel qui nous est présenté qu'une réalité (avec tout ce qu'elle a de fictionnelle et de virtuelle). Les objets nous sont donnés comme s'ils étaient des faits empiriques purs, sans que nous soyons responsables de les constituer en objets. C'est le regard, le spectateur qui est déplacé au cinéma. La situation même de spectateur est une situation d'exil ; il est hors de son monde. Il est également hors du film. C'est un isolement total. Plus précisément, c'est un déni de la forme usuelle d'actuel, afin de se confronter à l'actualisation (et, par là même, se confronter aux logiques dialectiques d'identification et d'interprétation). Les humeurs du spectateur ne changeront rien à l'affaire ; de même, le monde projeté est clos, protégé par l'écran.

Ces données n'ont de réalité que parce qu'ils sont absorbés, saisis et inscrits dans le champ d'une conscience. Leurs seules réalités sont les actualisations que l'on en fait. Ce qui explique notamment l'importance des types et des genres au cinéma. Le type est à entendre ici comme un ensemble d'attributs et d'attitudes fixes. Si, au théâtre, le type est lié au personnage ; au cinéma, c'est l'acteur qui est le type. C'était déjà assez manifeste dans le cinéma muet ; ça l'est encore plus avec le parlant. De fait, la transition du muet au parlant a modifié considérablement les stars.

Pourquoi le parlant a-t-il renforcé l'importance de l'individualité de l'acteur ? C'est que la voix est un moyen d'expression qui est différent du visage et de l'expression corporelle. La voix est à la fois ce qui constitue l'être même et, en même temps, ce qui en est le plus insaisissable ; on ignore d'où vient la voix. De plus, c'est par la médiation de la voix que, bien souvent, l'esprit s'exprime ; la beauté, le corporel est un donné, dont on ne peut plus rien attendre tandis que la voix est sous couvert d'absence et peut surprendre. L'on peut essayer d'évaluer les potentialités virtuelles du corporel ; la voix est toujours insaisissable, impossible à anticiper, une sorte de potentiel créateur.

Ce *je ne sais quoi* de la voix et parfois des actions du personnage, ce caractère surprenant, Cavell le nomme « mystère laïc ». Il s'agit, chez lui,

« du décalage entre la profondeur à laquelle une vie d'homme demande à être exprimée et la surface des

¹⁸⁷ Cavell S., *ibid.*

moyens ordinaires à travers lesquels cette doit être exprimée, si elle veut s'exprimer »¹⁸⁸.

La source du « mystère laïc » est précisément cette césure entre la matérialité signifiante et son inscription dans le régime symbolique par l'interprétation (nous la redéfinirons, dans une pensée proprement esthétique, comme césure entre actuel et virtuels). Et si l'interprétation donnée n'est pas l'objet fondamental de l'art cinématographique, c'est parce que précisément, la réalité n'est pas projetée au cinéma, mais elle est comme rongée, scandée, brisée par le dispositif de projection ; le rôle de la réalité n'est que d'être photographiée, projetée et visionnée. C'est moins l'interprétation comme point de départ ou comme arrivée qui est le signifié de l'expérience, mais la logique de l'interprétation (que nous qualifierons comme processus d'actualisation), le processus d'interprétation qui est le centre de tous les problèmes. Il en ressort que l'écran ne porte aucun savoir, le seul savoir est dans le regard du spectateur. « *Bien sûr qu'il y a le sentiment d'avoir exploré un personnage. Ce personnage, c'est le nôtre* », nous dit Cavell¹⁸⁹. Mais ce savoir virtuel a un prix : nous avons un devoir, une responsabilité envers ce que l'on voit ; l'on doit reconnaître l'objet que l'on voit, reconnaître son désir et l'objet de son désir.

La leçon morale des virtualités cinématographiques : l'action interprétative et la problématique de l'action malgré soi, l'expression. Les problématiques de virtualités sont précisément ce qui compose la condition sceptique qu'évoque régulièrement Cavell. La condition sceptique est la condition moderne où l'on s'aperçoit que les modes de pensées doivent s'appliquer sur les appareillages, avec comme problème l'incommensurabilité entre le sujet et les appareillages. La question politique de Benjamin, c'est d'inscrire une logique humaine dans ces appareillages. Dans tous les cas, le rapport de l'actuel et du virtuel n'est pas celui qu'on peut établir entre deux actuels. Les actuels impliquent des individus déjà constitués, et des déterminations par points ordinaires ; tandis que le rapport de l'actuel et du virtuel forme une individuation en acte ou une singularisation par points remarquables à déterminer dans chaque cas.

¹⁸⁸ Cavell, « Suppléments à la projection du monde », in. *La projection du monde...*, op.cit. , p.230

¹⁸⁹ *ibid*, p.231

iv. L'apparition progressive de la question des déterminations de l'interprétation : l'esthétique de l'imprévisible et la question de l'actualisation

Les formes émergentes de narration 3D et interactives sont des expérimentations du procès de relation signifiante et d'interprétation (autrement dit, des expérimentations du procès d'actualisation) par une négociation de différentes interprétations et significances, lesquelles procèdent directement du *fait cinématographique*. Pour reprendre les expressions développées par Deleuze dans son diptyque sur le cinéma, la *crystallisation du temps* ne s'opère pas dans le film, mais dans la salle de cinéma ; de même, l'image perception – au sein du régime de représentation des films – a cédé sa place à l'image action¹⁹⁰.

Les problématiques de perception interrogent directement les capacités physiologiques du spectateur et nous retrouvons notamment des exemples cinématographiques de ce que Jameson disait des installations vidéos : c'est-à-dire une situation où le spectateur ne peut pas embrasser d'un regard tout le film, toute la scène, toute la situation, parce que ses capacités perceptives ne sauraient être comparables aux capacités techniques des dispositifs. On problématise ainsi manifestement le caractère utopique de la modernisation technique.

Un exemple symptomatique de ce problème consiste en la chute du nombre de westerns au profit de celui de films d'action, d'horreur et de thriller. Ces films prétendent moins interroger les capacités perceptives que de montrer les logiques d'actions, souvent d'une manière classiquement causale. Les rares films qui ne s'impliquent pas dans un schéma de causalité expriment généralement la dimension pessimiste, paranoïaque de l'expérience contemporaine. Nous en avons déjà parlé précédemment en évoquant les travaux de Jameson à ce sujet. Autrement dit, il y a une désillusion des possibilités de concorde entre le machinique et l'organique au sein du régime classique de représentation cinématographique. Cela ne signifie pas une disparition complète des films modernes qui interrogent la condition sceptique sous cet angle. Mais il est un autre exemple symptomatique de voir que ces films apparaissent désormais comme des films d'avant garde, des films d'auteurs au public

¹⁹⁰ Deleuze G., *Cinéma 1 : l'image-mouvement, cinéma 2 : l'image-temps*, Paris, éditions de minuit, 1983/1985. Ce travail de Deleuze s'inscrit plutôt dans la logique du cinéma de la modernité, comparable en quelques points au mouvement de pensée dont fait partie Les Cahiers du Cinéma. Ainsi, chez Deleuze, l'image-perception est postérieure à l'image-action ; ce que nous soutenons ici, c'est que l'image-action est redevenue une dominante fondamentale (la modernité même de l'image-perception ne prend elle-même de signification que parce qu'elle apparaît comme une esthétique minoritaire, c'est-à-dire en relation à l'image-action). Ce sont les effets d'actualisation de l'image action qui connaissent un glissement considérable du film vers sa spectacularisation, autrement dit du film vers la salle.

restreint : les exemples sont nombreux, mais le film paradigmatique de ce constat est *Few of us* de Sharunas Bartas (1995).

Inversement, de grands succès s'impliquent dans des logiques de relative *interaction* et *d'immersion*. L'actuel paradigme est évidemment *Avatar* de James Cameron (2009), mais il est tout aussi notable de voir le succès underground du *Rocky Horror Picture Show* de Richard O'Brien (1975). Ces deux films ne doivent pas leur succès à leurs qualités formelles, c'est-à-dire à l'aune de critères cinématographiques classiques ou modernes. La comédie musicale de Richard O'Brien doit son succès aux effets singuliers de ritualisation qu'elle a généré : dans la salle, une troupe assure une relation entre le public et le film, et tend à faire vivre à la salle ce que les protagonistes vivent à l'écran. Deux choses importantes sont à signaler à propos de ce film.

D'une part, il y a un jeu de rapport « magique » à l'écran, où la troupe semble dialoguer avec le film et influencer sur lui. Ce « rapport magique » est évidemment illusoire – et compris comme tel par l'ensemble des spectateurs -, mais il rappelle les expériences fondamentales que chaque spectateur a fait dans ses premières rencontres enfantines avec le cinéma. Le fait que personne ne soit dupe de ce jeu conduit à la question de la liberté de jugement du spectateur qui croit alors en son individualité. Cette situation est beaucoup plus problématique que l'on ne l'imagine puisqu'elle s'appuie beaucoup plus sur une *conception romantique* du spectateur comme *individu*, que dans la conception du spectateur comme *sujet* ; or, la logique économique et son discours prennent précisément – bien que fallacieusement – ce fait comme acquis.

D'autre part, selon les pays et leurs cultures respectives, les modalités d'interaction dans la salle changent – la France étant connue pour être la plus « libérée » - ce qui conduit à faire diverses expériences du même film selon les troupes, les salles, les pays...Ce qui revient à dire que ce sont moins les potentialités virtuelles qu'engage le film qui intéresse le public que les *procès d'actualisation* par le *fait cinématographique*. Or, il s'agit des perspectives de valorisation de l'esthétique cinématographique qui se développent de plus en plus. L'exemple *d'Avatar*, comme film se concentrant essentiellement sur le procès d'actualisation – au sein d'une même image, divers plans sont nets et c'est au spectateur de choisir sur lequel il va porter son *attention* -, est évident au niveau de sa popularité¹⁹¹.

¹⁹¹ L'on pourrait soutenir l'inverse de mon propos, et dire alors que le film de Cameron analyse des virtualités. Mais la manière même dont la narration est organisée – très classique – ne permet pas d'y voir un travail de virtualités au sein du film. C'est ici bien plus la rencontre du public qui importe.

Nous voyons également émerger progressivement de nouvelles formes de narration cinématographiques, de plus en plus orientées vers *l'interactivité*. Plus précisément, les recherches actuelles tendent à faire que la performativité du récit soit permise par l'utilisateur lui-même. Que ces œuvres ne soient pas encore intégrées dans les standards du cinéma, mais encore assimilés comme travail de laboratoires de recherche ou en rapport avec les jeux vidéo ne doit pas pour autant nous en éloigner. Ne serait-ce que pour une bonne raison : cette logique du récit s'inscrit dans un contexte historique et dans une vision du monde particulière dans lesquels nous sommes inscrits ; à ce titre, cela est déterminant pour notre analyse de l'évolution de nos rapports aux récits en général et au spectacle cinématographique en particulier.

Qu'est-ce qui apparaît comme séduisant dans les œuvres interactives ?

« La tentative de restituer une réalité complexe et protéiforme en perpétuelle transformation sur laquelle il n'y a plus moyen d'avoir prise, un environnement doté de son temps et de son espace de référence où la certitude des valeurs absolues est remplacée par une série - un jeu - de probabilités et d'instructions. Et cette ouverture, cette volonté de ne jamais arrêter le récit à l'aide de la technologie, ce refus de la fin, n'est peut-être qu'une autre forme de refoulement de la mort »¹⁹².

Si une certaine forme de déni de la mort est précisément la source des productions culturelles, la modalité de déni est ici singulière : il s'agit de constituer un perpétuel mouvement, un perpétuel présent, dont l'actualisation se cristallise autour des intuitions de l'utilisateur.

Plusieurs procédés ont fait leur apparition à ce titre : écran partagé, multiplication des intrigues et des personnages, fins ouvertes, structure arborescente des scénarii... De même, l'on tend à entraîner le spectateur dans l'univers diégétique de l'histoire bien au-delà du film (cf *Matrix*, qui a été décliné en jeu vidéo, en dessin animé et en bandes dessinées). De même, les jeux de ruptures scénaristiques appellent à une plus grande attention à l'histoire. C'est un tout autre rapport au travail fictionnel qu'impliquent ces nouvelles formes :

« non seulement ces films amènent le spectateur à s'interroger sur les rapports entre image et réalité, entre représentation et la chose représentée, entre réel et imaginaire etc. Mais ils le poussent à s'intéresser moins à l'histoire qu'à sa structure et au processus régissant sa propre construction, au travail de représentation lui-même. Autrement dit, ils conduisent à s'interroger sur le système du film et le programme du réalisateur »¹⁹³.

¹⁹² Di Costa Maria, « Nouvelles formes de récit cinématographique. Vers une écriture des interactions film / spectateur », *Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines*, mis en ligne le 22 février 2006, consulté le 28 décembre 2010

http://www.omnsh.org/spip.php?page=imprimer&id_article=72

¹⁹³ *ibid.*

L'on pourrait croire que pareilles remarques ne s'appliquent qu'à quelques œuvres isolées et principalement hollywoodiennes. Il n'en est rien. Certains critiques ont vu de l'interactivité dans la relation à *Elephant* (Gus Van Sant, 2003), *Smocking / No Smocking* (Alain Resnais, 1993), *Mulholland Drive* (David Lynch, 2001), ainsi que pour la trilogie de Lucas Belvaux *Un couple épatant, Cavale, Après la vie* (2002), dont la compréhension diffère selon le premier film que l'on regarde. C'est dire s'il s'opère, dans plusieurs cultures de cinéma, une recherche sur de nouvelles pratiques et problématiques spectatoriennes.

Maria Di Costa pose quelques jalons essentiels d'une réflexion sur la pratique spectatorielle en général et, plus précisément, sur son actuelle redéfinition. Les deux notions fondamentales de la pratique qui sont problématisées sont le plaisir et le désir.

L'impossibilité d'agir face à une fiction classique fait partie de notre plaisir. Notre plaisir fictionnel est le résultat d'une délégation de pouvoir au film, de notre projection dans le film. Dans le cas de l'interaction, ce désir perdure : l'auteur doit anticiper les choix possibles de l'utilisateur afin d'offrir une œuvre qui soit un produit coopératif. Dès lors, nous voyons que la logique d'action ne substitue pas la logique esthétique, mais s'y additionne.

Di Costa voit cependant les limites des propositions cinématographiques interactives : à l'image du diptyque de Resnais, l'on peut tout au plus faire des bifurcations dans l'histoire, mais nous ne pouvons pas substantiellement agir sur le contenu diégétique ; nous sommes irrémédiablement en dehors du film. En ce sens, le travail de Resnais est un chaînon entre le cinéma tel que Cavell le conçoit et les logiques émergentes *d'immersion*.

Qu'est-ce que l'expérience de *l'immersion* ? L'interactivité dans les jeux vidéo, mais progressivement dans les formes audiovisuelles établissent un certain nombre de données phénoménologiques qui contribuent à ce que le sujet spectateur se sente immergé. James Cameron a d'ailleurs travaillé avec des créateurs de jeux vidéo pour élaborer *Avatar*. C'est précisément la recherche de ce qui pourrait faire du film un bain audiovisuel dans lequel on serait presque littéralement plongés ; une sorte d'analogie au bain informationnel généré par la convergence numérique.

Cette problématique n'est évidemment pas nouvelle ; elle prend simplement de nouvelles formes, une nouvelle inflexion. De plus, cela confirme que la notion d'immersion n'est pas une contradiction du réel, mais, bien au contraire, un ensemble de données dont le symbolisme diffère de celui des spectacles classiques et qui ne remplace cependant pas notre expérience du réel. Il s'agirait d'une sorte de troisième terme.

À ce sujet, Benoît Virole – docteur en psychopathologie et en sciences du langage - fait quelques remarques particulièrement éclairantes¹⁹⁴. D'une part, il s'agit de définir ce que l'on entend par *immersion*. Il s'agit d'un « *phénomène d'adhésion subjective à la réalité virtuelle* ». Cette adhésion est produite par différents facteurs dont Virole donne les exemples les plus importants. Le premier est celui des propriétés de contrôle par l'utilisateur. Généralement le contrôle d'un personnage, mais également parfois de tout un environnement. En quelque sorte, l'immersion est moins contemplative qu'orientée par les potentialités d'action intuitive de l'utilisateur.

Pour que l'action semble pertinente, il est important qu'elle soit engagée dans la logique d'un monde ; l'action possède des propriétés qui sont relatives à l'effectivité de ce monde. Le « réalisme » d'un monde virtuel consiste en ce que des éléments de celui-ci échappent au contrôle de l'utilisateur. Il faut que « *ce monde possède une réalité dynamique présentant des effets et des événements indépendants de la volonté du joueur* ». Ce sont parfois de simples éléments mobiles qui, se déplaçant, se transformant sans la volonté de l'utilisateur qui donnent une autonomie au monde dit virtuel. La qualité purement visuelle de l'univers virtuel est d'une importance moindre par rapport à l'importance accordée aux imprévisibilités.

L'imprévisibilité est aussi bien propre aux éléments du monde virtuel que des possibilités d'actions multiples de la part de l'utilisateur, c'est-à-dire propre à son intuition. Que celle-ci soit contingente par la maniabilité, c'est-à-dire par le registre d'action possible, est une évidence ; cependant, elle doit se rendre la plus transparente possible. L'utilisateur doit transférer ses habitudes d'actions au registre que lui accorde le jeu ; l'immersion est très forte lorsque l'utilisateur opère facilement ce transfert. Il apparaît d'ailleurs un troisième et dernier critère d'immersion qui facilite précisément ce transfert : ce que l'auteur nomme « *la qualité inter-sensorielle de l'événement virtuel* », qui n'est rien d'autre que la retransmission sonore des actions virtuelles (bruit de gravier lorsque le personnage marche sur du gravier, etc.). En termes Peircien, nous pourrions dire qu'il s'agit d'un agrégat de signe-indices qui contribuent à l'immersion dans ce monde et au transfert de la part de l'utilisateur. L'auteur insiste sur un point, et nous le suivons : il s'agit de diminuer l'attention portée sur le monde réel, substitué de manière relative au monde virtuel. De manière relative et non absolue ; mieux, de manière

¹⁹⁴ Virole Benoît, « Phénoménologie de l'immersion », *Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines*.

<http://www.omnsh.org/spip.php?article115> Consulté le 26 décembre 2010

réversible. Il s'agit moins d'une expérience d'enfermement que d'une expérience des possibles.

La question de *l'immersion* semble, a priori, être exclusivement consacrée aux jeux vidéo, par opposition au cinéma. Cependant, la manière dont évolue le spectacle cinématographique tend dans cette direction. Autrement dit, le cinéma tend à exprimer d'autres figures de l'imprévisibilité, aussi bien au niveau du film, qu'au niveau des interprétations et parcours possibles d'un film (et, à ce titre, le diptyque *Smocking / No smocking* de Resnais, ainsi que le triptyque de Lucas Belvaux en sont exemplaires), ainsi qu'un niveau même des conditions de perception (3D, mais aussi interactivité). Ce qui pose un certain nombre de problèmes nouveaux – ainsi qu'un éclairage plus riche des relations symboliques à l'œuvre dans l'expérience cinématographique. En premier chef, celui de la théorie à appliquer à ces nouvelles formes audiovisuelles : sommes-nous encore inscrits dans le registre esthétique ou bien devons-nous intégrer une théorie de l'action (ce qui semble contraire) ?

Cependant, si esthétique et action semblent des notions antonymes, c'est précisément parce que l'on ne pose pas correctement la question du virtuel et de l'actuel. En effet, nous employons toujours ces notions à propos de l'objet et nous en découlons une forme de relation possible. Dès lors, les univers dits virtuels sont inquiétants en ce qu'ils s'opposent à l'univers actuel tout en nous y offrant des possibles plus ou moins répréhensibles, plus ou moins proches de nos désirs. Mais tout cela aboutit tôt ou tard à une question morale. Tandis que l'on pourrait très bien envisager la question du virtuel et de l'actuel comme relation même à l'objet. Il s'agirait même très précisément de deux formes différenciées mais non exclusives de rapport à l'objet. Nous aurions un rapport virtuel et un rapport actuel.

C. Les esthétiques du virtuel et leurs incidences possibles sur l'esthétique du cinéma

i. Une proposition d'esthétique de l'actuel et du virtuel

C'est précisément ces questions qui nous semble être couvertes par l'articulation problématiques virtuel / réel / actualisation, dont nous allons maintenant parler.

Cette articulation problématique se présente comme relative synthèse d'une approche phénoménologique - puisque l'on problématise très directement *l'aisthesis* – et dialectique – puisqu'il ne faut pas oublier qu'il y a des déterminations historiques, sociales et pragmatiques, dans l'expérience esthétique et, surtout, dans le phénomène d'interprétation. Si, dans le passage suivant, nous empruntons plus volontiers un vocabulaire phénoménologique, c'est parce que nous insisterons après sur les propositions formelles de certains artistes et cinéastes contemporains ; propositions qui problématisent directement *l'aisthesis*. Si l'exploitant de cinéma doit notamment « valoriser » l'expérience cinématographique, encore faut-il déterminer ce qu'il valorise, les nouveaux types d'expérience qu'il doit valoriser : le prochain passage est moins un détour qu'une perspective sur le futur contenu et sur les futurs dispositifs possibles que devront certainement prendre en charge les exploitants.

Nous reviendrons sur cette proposition, sur cette articulation d'une approche phénoménologique et dialectique, en début de troisième partie de thèse, en empruntant cette fois un vocabulaire plus proche du dialectisme historique, parce qu'il s'agira alors de faire la critique des procès de symbolisation et des institutionnalisations qui lui ont été historiquement corrélatives. C'est que la posture de l'exploitant n'est pas que celle d'un diffuseur ; il n'est pas « neutre ». Il participe d'une circulation de discours et de valeurs qui ont une incidence sur la perceptibilité du spectacle cinématographique au sein de l'espace public, sur l'intérêt qu'un spectateur peut avoir d'aller faire une telle expérience en salle et sur l'expérience esthétique elle-même. Autrement dit, nous faisons, pour l'heure, une approche esthétique qui ouvre des perspectives politiques, ultérieurement, nous développerons plus précisément ces problématiques politiques.

Il convient de préciser ce que l'on entend par *virtuel*, par *réel* et par *actualisation*. Il faut bien comprendre que nous sommes dans le *réel* ; il s'agit de l'espace où tout se fait, tout se meut, tout agit. Cependant, nous ne connaissons pas le réel : nous ne faisons que le voir partiellement et ce compte tenu de nos dispositions physiologiques (nos capacités sensorielles ne permettent de voir qu'un seul plan de la réalité – par exemple nous voyons des objets en unité là où nous aurions très bien pu voir des relations d'atomes), de nos dispositions psychique (on est attentif à une chose et on l'interprète en fonction de notre mémoire et de notre désir) et de nos dispositions culturelles (c'est-à-dire en fonction d'une grille d'interprétation et de compréhension du monde, que l'on partage dans une sociabilité). C'est pourquoi, il y a une grande différence entre *réel* et *réalité*. Nous ne connaissons jamais le *réel*, nous n'agissons et pensons que dans une *réalité*, c'est-à-dire dans une interprétation du *réel*. Ainsi, par exemple, la définition de la « vérité » a changé du tout au tout et prend une acception plus restreinte et contingentée de manière historiquement située : il n'y a pas de « vérité absolue » - comme une pleine connaissance du *réel* -, mais une « vérité » comme unité de sens dans une réalité donnée et qui est pérenne aussi longtemps qu'elle permet d'agir et de penser de manière globalement acceptable. La « vérité » est donc soutenue par une idéologie ; reste à déterminer, dans une approche critique, jusqu'à quel point telle ou telle idéologie est restrictive ou intégrative, pertinente ou impertinente.

Une telle possibilité critique montre bien que la *réalité*, elle-même, est scindée. Et l'objet de cette scission, nous le retrouvons dans l'articulation *actuel* / *virtuel*. *Actuel* et *virtuel* sont deux facettes de notre relation aux objets, deux manières d'engager l'action, la pensée, la mémoire. Tout objet est multiple et notre relation à l'objet l'est tout autant. Il y a différentes strates de relation, entre les possibles et le choisi ; entre le perçu et l'éventuellement perceptible. Tout travail perceptif et mémoriel est, avant tout, travail de sélection au sein même des potentialités propre à une *réalité* donnée.

Ce processus de sélection est à la fois produit des capacités perceptives, des possibilités d'action ainsi que le « passif » et la dimension désirante du sujet. Cet ensemble de contingences est précisément ce que l'on qualifie de *virtuel*. C'est ce qui constitue la singularité, la spécificité, le « mode d'être » du sujet et de la chose. *L'actuel* est l'identité, la mise en forme de cette virtualité dans un contexte, un cadre relationnel et symbolique précis.

« En vertu de l'identité dramatique des dynamismes, une perception est comme une particule : une perception actuelle s'entoure d'une nébulosité d'images virtuelles qui se distribuent sur des circuits mouvants de plus en plus éloignés, de plus en plus larges, qui se font et se défont. Ce sont des

souvenirs de différents ordres : ils sont dits images virtuelles en tant que leur vitesse ou leur brièveté les maintiennent ici sous un principe d'inconscience »¹⁹⁵.

L'actuel n'est finalement qu'une consolidation signifiante (une *actualisation*) de *virtuels* pour le sujet. *L'actuel* apparaît comme la mise en forme dans la conscience d'un certain nombre d'éléments inconscients : les signes de la perception, les images mémorielles. Interviennent ici également toutes les figures symboliques acquises par le sujet. Cette opération psychique crée des unités dans les phénomènes perçus. Étant produites d'un travail de sélection et d'inscription dans le système symbolique (c'est précisément là le processus *d'actualisation*) ces unités sont nécessairement signifiantes ; il en ressort que même lorsque l'on n'est pas capable de déterminer une signification de ce que l'on perçoit, le phénomène prend au moins le sens du « non sens ».

La grande difficulté face à certains films consiste justement en ceci : que le spectateur est soumis à sa propre limite de ne pouvoir trouver immédiatement une *suture*, une *actualisation* évidente aux phénomènes perçus ; Pour le dire autrement, il peine à les inscrire dans une interprétation symbolique. Ce sont les potentiels de la virtualité – qui sont propres à la matérialité du signifiant et de la reconnaissance du signifiant comme tel - qui sont ici importantes, comme par exemple de longs plans sur un décor chez Kiarostami. L'insatisfaction de bon nombre de spectateurs consiste en ce qu'ils éprouvent un déplaisir à ne pouvoir donner une *actualisation* satisfaisante à ces images.

C'est oublier que le sujet de *l'actualisation* reste toujours le *virtuel*. Le déplaisir que nous venons d'évoquer n'est que le déplaisir à ne pas individualiser – nommer, donc tuer symboliquement – ce que l'on voit et, ce que l'on vit comme une relative souffrance, est la contingence de la singularité de la chose perçue sur laquelle l'on ne peut pas agir. C'est la matérialité du signifiant que l'on ne contraint pas, un signifiant que l'on peine à inscrire dans une chaîne de signifiant ; c'est l'expérience d'une sorte de confinement au bord du symbolique.

L'actuel est un processus *d'individuation* – donc limitatif – tandis que le *virtuel* est une *singularité* (et comprend le sujet comme inscrit dans une dialectique). Pour le dire autrement, le virtuel est l'ensemble des possibles, illustre les potentiels du sujet et de l'objet (en tant qu'ensemble d'interprétations possibles), tandis que *l'actualisation* est le fruit de cette rencontre des virtuels et n'est jamais qu'une réduction. Dans le *processus d'actualisation* qui

¹⁹⁵ Deleuze, in Deleuze G. et Parnet C., *Dialogues*, Paris, Flammarion, 1996 p.178-179

nous apparaît efficace et agréable – trouver un objet beau –, c'est l'identité du sujet qui est *actualisée* à travers sa capacité à *actualiser*, à nommer, l'objet (c'est-à-dire projeter dans l'objet des problématiques qui sont celles de notre *actualisation*).

La compréhension de *l'actuel* et du *virtuel* peut être très difficile en ce qu'elle est à l'opposé de nos habitudes de penser. Nous prenons usuellement les phénomènes perçus pour acquis, nous les prenons comme référentiels. Autrement dit, nous avons certaines habitudes de pensées parce que nous restons de plain-pied dans l'actuel et nous tendons à effacer toute forme de singularité, toute forme de virtualité sous la transparence de l'actuel. Ainsi en est-il du *cosmos* chez les grecs et de la *Nature* au XVIIIe siècle. Mais il n'en est rien. Bien au contraire – et c'est précisément l'objet de *l'éthique* de Spinoza –, ce que nous prenons pour référentiel est la chose la plus abstraite qui soit : elle n'est qu'une interprétation contingente et déterminée, dont la valeur n'est fondée que sur la « performance » et la répétition de la grille interprétative. La chose la plus concrète est évidemment notre désir, notre potentiel d'action et de pensée. Les choses perçues ne sont que le fruit de ce potentiel qui est en-deçà des choses perçues. De même les mots que l'on emploie, les langages que nous développons sont des abstractions supplémentaires aux choses perçues.

Dans toute expérience, même la plus banale qui soit, nous devons alors faire un grand écart, passer du concret – qui est déjà saisi comme signifiant, à l'aune des procès de symbolisation - au plus haut niveau d'abstraction pour s'entendre sur ce que l'on perçoit. C'est précisément l'objet important de la relation esthétique chez Kant, dans sa théorie du *sens commun* esthétique, que d'avoir l'intuition, par les phénomènes plaisants ou sublime, de la nécessité de ce haut niveau d'abstraction qu'est le *sens commun* pour s'entendre sur les insaisissables choses que l'on perçoit. C'est également l'intuition même de cette capacité – qui transcende la faculté d'imaginer – qui constitue chez le haut plaisir du sublime. C'est aussi pourquoi Freud, et plus encore Lacan, insistent sur la nécessité de passer par le langage pour saisir le concret : c'est que le référentiel est absent, il n'est pas préconnu, mais se saisit en même temps qu'il saisit les objets. Notre seule réalité est le fruit d'abstractions, et se trouve nécessairement en dissonance avec notre potentiel singulier. D'un côté, le *phallus*, de l'autre la *chose*, c'est-à-dire le non-nommable – le non *actualisé*. Comme si la chose la plus concrète qu'est notre désir, notre mode d'être, était inqualifiable, impossible à résumer ni à nommer donc, en quelque sorte, insaisissable.

Qu'il n'y ait pas de science de la « chose », de connaissance profonde de cet innommable est plutôt rassurant. Que l'on en fasse l'économie dans une réflexion semble en

revanche néfaste, parce que c'est précisément la seule chose qui intéresse le spectateur. Plusieurs auteurs, en des occasions diverses, le signifient à leur manière : l'importance du plaisir dans la relation esthétique chez Kant, le plaisir de penser chez Platon, idem chez Goethe, le *je ne sais quoi* chez Montesquieu... Pour ces auteurs, le problème n'est pas que le plaisir soit chose irrationnelle, c'est-à-dire contraire au fonctionnement de la pensée, mais de savoir sur quel objet porte ce plaisir, comment s'exprime le désir et les conséquences que cela peut avoir sur le processus de pensée.

Le moteur humain, ce qui conduit à penser et à agir, est principalement le *virtuel* ; la pensée agit sur l'ordre du *virtuel*, mais se révèle à travers les *actualisations*. Autre manière de dire que le désir est le moteur de l'activité humaine, dont on ne fait qu'entrevoir les traces sur les plans symboliques. Cela est particulièrement manifeste dans la relation esthétique et explique pourquoi Kant a pris le soin de l'analyser et d'en faire l'élément fondateur de la pensée morale. L'objet, dans sa forme actualisée, n'a aucun intérêt spécifique. Tout au plus génère-t-il un relatif plaisir, de l'agréable. C'est donc sur le plan des significations, sur *l'articulation du virtuel* et de la « découverte » du *processus d'actualisation*, que l'on oriente nos actes, ici entendus sous la forme de la pensée comme acte. Dès lors, nous pouvons très facilement orienter notre pensée vers l'abstraction de la pensée pratique qui, chez Kant, doit se situer par-delà les contingences ; n'oublions pas que pour Kant, l'expression de la liberté est le respect d'une loi par-delà les situations présentes, une sorte d'au-delà du temps et de l'espace qui s'exprime dans le temps et dans l'espace.

Cependant, le *virtuel* est évanescant, en perpétuel mouvement et donc apparaît comme intenable pour un sujet. L'objet insaisissable du concret, en-deçà du langage, et la situation de sujet (qui n'est plus sujet), mais élément d'un flux est, à proprement parler invivable ; l'absence de mouvement ne l'est pas moins. Nous avons toujours besoin d'une assise, d'un référentiel : d'où la recherche de l'Idée chez Platon, qui devient alors un référentiel, le besoin du sens commun chez Kant et de l'impératif de la discussion chez Habermas. Ce sont des consolidations référentielles. Peu importe qu'elles soient vraies – Spinoza nous dirait qu'elles sont tout au plus de l'ordre du deuxième niveau de connaissance, Foucault a longuement étudié différents épistémè, William James nous dit que la vérité n'est qu'une concordance partielle et éphémère d'opinions qui a une utilité pragmatique - , l'important est qu'elles incitent à l'action. Les œuvres d'art et de cinéma, que nous analyserons, qui problématisent l'esthétique du virtuel, de la réalité virtuelle, viserons, précisément, à engager la question du flux de manière dialectique ; une sorte de regard déplacé qui interroge les problématiques

« ordinaires » propre à la dialectique et au symbolique (n'oublions pas l'exemple de Gibson qui, progressivement, a réinscrit les problématiques du cyberspace dans la « réalité », notamment dans *Code Source* ; c'est que, si dans son travail, il a séparé ces deux éléments, dans les problématiques propres au symbolique ces éléments ne le sont pas !). Nous reviendrons néanmoins, en début de troisième partie de la thèse, sur une critique de l'économie politique et signifiante – largement inspirée des travaux de Jean-Joseph Goux –, pour illustrer les logiques (dialectiques) de l'actualisation, leurs déterminations systémiques et la manière dont cela engage, de manière problématique, la « posture » et la « virtualité » du sujet et du spectateur.

Pour l'heure, gardons en tête que nous faisons constamment des aller-retours entre l'actuel et le virtuel, jusqu'à ce que quelque chose en nous, chose que nous qualifierons de « désir », nous demande d'individuer et d'actualiser.

Le cinéma est donc relié au désir. Le travail cavellien du *Kairos*, de la saisie du moment important, est précisément un processus d'actualisation¹⁹⁶. C'est que, lorsque l'on considère qu'un moment est important, c'est que ce moment donne à voir toute une problématique symbolique et, parce que, en tant que spectateur, on considère ce moment comme important, on découvre notre interprétation singulière du symbolique et de la sociabilité. Cependant, regarder un film ne se résume pas à cette « saisie ». Du moins, l'importance morale de ce travail de saisie ne se résume pas à saisir. Il consiste à comprendre les virtualités, à avoir l'intuition qu'une actualité n'est jamais qu'un élément discriminant des virtualités.

Pour donner un exemple, prenons *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982) : ce film se situe dans un avenir proche où les répliquants – des robots à ressemblance humaine – sont créés afin de faire des travaux manuels dans des conditions insupportables pour n'importe quel corps humains ; cependant, un groupe de répliquants s'insurge et se retourne contre ses créateurs pour les tuer. C'est alors qu'on fait appel au *blade runner*, une sorte de tueur à gage spécialisé dans le « répliquanticide ». Si l'ensemble du film montre un imaginaire futuriste intéressant, le moment de basculement (du moins, le moment de basculement qui m'apparaît important) est à la fin du film, lorsque le dernier répliquant sauve la vie du *blade runner*, et agonise en réactualisant les vers du *Bateau ivre*, avec un vocabulaire cyberpunk. Ce n'est plus un simple

¹⁹⁶ En effet, Cavell dans ses différents travaux sur le cinéma, évoque régulièrement la nécessité de percevoir le moment important, le moment où quelque chose bascule dans le film. Parfois, l'intérêt du film consiste en ce que le cinéaste ait pris le soin d'occulter ce moment. Nous pourrions dire, d'ailleurs, que ce principe confère d'autant plus de « réalisme » au film qu'il nous met dans une situation expérientielle bien plus proche de celle que l'on a ordinairement.

imaginaire futuriste que nous propose ce film – imaginaire pourtant extrêmement onirique, si plaisant que l'on tend, par ailleurs, à oublier la narration ; c'est une réflexion sur les conditions historiques (comment l'on reproduit la logique des classes à travers les évolutions technologiques), sur ce qui définit « l'humanité » (l'activité poétique et le regard esthétique et poétique comme caractérisation de l'humain), sur les oublis procéduriers de l'humain qui conduisent à un relatif fascisme (indistinction provisoire entre l'humanité du robot et le *blade runner* réduit à une pure fonction de tueur)... J'interprète ainsi le film ; il s'agit d'une interprétation parmi d'autres. Ce qui est important, dans mon expérience n'est pas de savoir s'il s'agissait du propos voulu par l'auteur ou pas ; l'important, c'est que ce basculement produit du sens, une interprétation, une actualisation : je perçois autrement, je problématise, les logiques de sociabilité, les logiques d'appartenance, l'ordre symbolique. Ce basculement est d'autant plus important, dans mon expérience, qu'avant cette scène, j'étais comme « aspiré » par l'univers onirique du film, comme un plaisir d'être dans un imaginaire et une logique symbolique que je comprenais... c'est donc à la fois la signification qui apporte un problème et qui apporte, en sibyllin, un questionnement sur mon *regard*, sur mon *point de vue*...

Il m'apparaît d'ailleurs qu'il y a un point commun entre le concept de cristal de Deleuze et la notion de l'importance chez Cavell : la co-incidence de *l'actuel* et du *virtuel*. Toute la virtualité d'un personnage peut être engagée dans un acte ; de même, toute la virtualité du spectateur et du film peuvent coïncider dans la saisie de ce moment, de ce cristal. La manière dont on porte *l'attention* sur le *monde projeté* trouve son extension dans la manière dont on porte *attention* sur tout *procès de symbolisation*, sur toute *actualisation*.

Il faut comprendre ici toute la subtile différence entre le jugement esthétique kantien et le rapport moral aux films chez Cavell : le premier ne s'intéresse jamais qu'au sujet, tandis que le second demande au sujet d'être bienveillant envers le spectacle. Le premier juge et soumet l'objet aux modalités de regard ; le second incite le sujet à prendre l'objet pour sujet. C'est que Cavell invite davantage à penser les problématiques esthétiques et morales comme problématiques de vie commune, de *communauté*, de bien et de *sens commun*.

Ainsi, dans une approche Cavellienne, le *Kairos*, la « saisie de l'occasion », la saisie du moment important disions-nous, engage le spectateur, implique sa propre virtualité au sein du processus de signification. C'est même parce qu'elle est impliquée que le spectateur est bienveillant. Encore faut-il comprendre les diverses manières dont cette virtualité est engagée.

Le cinéma est un art des virtualités et de la mémoire. D'autres arts proposent pareilles

problématiques, mais il apparaît que le double dispositif du cinéma les engage nécessairement. Nous ne sommes jamais spectateurs que de traces de ce qui a été et dont l'existence apparaît comme protégée du spectateur par le dispositif même de projection. Cavell évoque l'importance de l'écran de cinéma : il est moins « fenêtre ouverte sur le monde » – ce que soutient André Bazin – qu'écran, que protection, entre le monde projeté et son spectateur. Le monde projeté est protégé de son spectateur. L'unité de ce monde est ainsi protégée. Face à un film, on ne spéculé pas sur le réel, mais sur la réalité ; c'est cette distance même, au sein de l'image, que l'on avait appelé « l'imaginaire second degré », l'imaginaire critique de l'imaginaire.

L'unité de ce monde perçu donne une signification et une importance toute particulière à *l'attention* que l'on porte sur les films et sur la manière dont ils nous engagent. Nous pourrions tout à fait rejoindre Raymond Bellour, qui a consacré un travail important sur le caractère hypnotique du cinéma ; en effet, l'écran a également pour fonction d'être nouveau « cadre référentiel ». L'hypnose n'est rien d'autre qu'une mobilisation vers un autre cadre de référence : « *Croire/Théâtre et CINEMA: alternance de croire et de ne pas croire. Cinématographe: continuellement croire* » nous dit Robert Bresson, que cite Bellour ;

« *Quand vous êtes au cinéma, vous êtes confortablement dans le noir et en face de vous il y a un point lumineux: vous ne bougez pas, vous êtes en situation d'hypnose. C'est plus facile alors de vous montrer les rêves, la magie, la suggestion parce que votre inconscient est "ouvert"* » ajoute Ingmar Bergman¹⁹⁷.

C'est que la pensée semble moins orientée par l'action, c'est-à-dire elle se porte moins sur l'actuel. C'est ce que l'on pourrait également reprendre dans ce qui définit le cinéma selon Garrel : ce moment où « *plus personne n'est responsable physiquement* ». La seule « vérité » du cinéma n'est pas tant dans le caractère indiciel de ses images que dans la signification des signes émis, c'est-à-dire dans la rencontre des virtualités (au sein du film, au sein de la salle). Le caractère hypnotique n'est jamais qu'une sorte de relatif déni de l'actuel. Déni relatif parce que l'actuel est toujours bien présent : l'actuel du corps qui interfère dans notre relation aux films (Bernard Lamizet m'a glissé un jour une remarque qui, par-delà son caractère comique, ne manque pas de bon sens, à savoir qu'un mal de dent a une importance dans notre rapport au film. Cela serait d'autant plus manifeste lors d'une séance du *Dentiste 2*, où la vision d'un chirurgien sociopathe et criminel engage une peur bien plus grande du fait même que virtuellement nous devons avoir affaire à l'un de ses confrères ultérieurement !). Ce relatif déni est le propre de chaque art ; mais, plus il semble s'approcher du réel et le dénier, et plus

¹⁹⁷ Bellour Raymond, *Le corps du cinéma. Hypnoses, émotions, animalités.*, Paris, P.O.L., 2009

cela apparaît comme important. Et ce, donc, pour la bonne raison qu'il force à se confronter à la question de *l'actualisation*.

L'image que l'on perçoit semble être de l'ordre de *l'actuel*, à ceci près que ce que l'on perçoit est une oscillation entre *actuel* et *virtuel*, c'est une image qui est dédoublée des images virtuelles que sont notamment nos souvenirs (et dont font partie les codes acculturés). Cette oscillation est aussi bien le propre de notre inconscient, de notre virtualité que l'espace, au sein du film, qui ne dirige pas l'interprétation, qui laisse place à une libre interprétation (c'est pourquoi, au risque d'être ambigu, nous parlons tout de même de virtualité dans le film). Le travail de sélection et de ségrégation, que constitue l'actualisation, est constamment renouvelé, prendre différentes directions. Le plus souvent, *l'actuel* et le *virtuel* sont scindés et contribuent en cela à l'expérience même du temps. *L'actuel* est perpétuellement présent, c'est le présent de l'unification ; le *virtuel* conserve le passé et peut donner une projection imaginaire en l'avenir et en l'à-venir (ce qu'on spécule sur le dénouement possible du film). Il peut projeter imaginairement de par le passé qu'il conserve. Il arrive que les deux semblent coïncider : c'est précisément ce que Deleuze appelle le *crystal* et il nous apparaît que cela est engagé dans la *saisie du moment important* dont parle Cavell.

« Les deux aspects du temps, l'image actuelle du présent qui passe et l'image virtuelle du passé qui se conserve, se distinguent dans l'actualisation, tout en ayant une limite inassignable, mais s'échangent dans la cristallisation, jusqu'à devenir indiscernables, chacun empruntant le rôle de l'autre »¹⁹⁸.

Et c'est parce que, au cinéma, le spectateur est pris dans le flux des *virtualités* et des *référencements de l'actuel*, qu'il perçoit autrement l'écoulement du temps et les effets de signification qui ne peuvent apparaître que dans cet écoulement. Emmanuel Ethis, dans sa thèse sur le rapport des spectateurs au temps du film n'a révélé finalement que cela¹⁹⁹.

Il y a cependant des « dominantes ». L'on peut chercher à maintenir une *actualité* ou bien, au contraire, laisser le plus possible en mouvement les *potentialités virtuelles*. Ce que l'on a précédemment appelé la « bienveillance » consiste en la reconnaissance de ces virtualités (c'est-à-dire, en quelque sorte, « ouvrir » les interprétations, voir diverses pistes d'interprétation possibles). Inversement, l'actualisation comme dominante implique un retour sur l'expérience individuelle du spectateur et implique une plus grande unité de réception. Nous supposons que le cinéma populaire tend à se concentrer de plus en plus sur l'actuel,

¹⁹⁸ Deleuze, *Dialogues*, op.cit. p.184

¹⁹⁹ Ethis Emmanuel, *Les spectateurs du temps : pour une sociologie de la réception du cinéma*, Paris, L'Harmattan, 2006.

notamment en multipliant des signes participant d'un régime interprétatif connu et une modalité d'attention de plus en plus orientée sur la logique d'action, nous y reviendrons.

Le corps est donc plus ou moins tétanisé. Du moins, il l'est pratiquement (que ce soit du point de vue pragmatique comme du point de vue moral kantien, puisque l'on ne saurait directement répondre de ce que l'on voit). Autrement dit, le processus d'actualisation et de distanciation sont directement problématisés. Il s'agit de mobiliser principalement la mémoire, ou, devrions-nous dire, les mémoires. Sont engagés dans notre rapport aux films trois grands types de mémoire : la mémoire perceptive, la mémoire sémantique et la mémoire épisodique²⁰⁰. Et ces mémoires sont mobilisés et connectés par la mémoire dite « de travail ». Autrement dit, l'activité mémorielle est le pendant physiologique de l'activité symbolique du spectateur ; les problématiques dialectiques d'inscription dans le flux sont engagés par la mémoire dite « de travail ».

La mémoire de « travail » est une mémoire « tampon » qui stocke les événements temporels pour effectuer une tâche donnée. Cette mémoire est constitutive d'une logique d'action et de pensée et peut mobiliser les données des autres mémoires, mais également des données extérieures. Cette mémoire est « consciente » et donne conscience de notre être dans le déroulement de l'action. C'est elle qui administre les processus d'attention, les fonctions exécutives et les processus de prises de décisions. En ce sens, elle mobilise en parallèle le langage et le registre visuo-spatial qui mémorise tout ce qui concerne la forme et l'emplacement des choses dans l'espace.

La mémoire de « travail » légifère la mémoire perceptive, qui ne fait qu'intégrer les stimuli extérieurs, lesquels seront stockés quelque part dans notre cerveau. Elle appelle en simultané la mémoire sémantique vers qui la mémoire perceptive envoie des informations, des données élémentaires ; cette mémoire sémantique va donner du sens à ce que l'on voit.

La mémoire sémantique est une mémoire plus générale qui concerne plus précisément la signification des choses. Elle est très abstraite et exploite les concepts et les connaissances sur le monde. Le point sur lequel insiste Guéguen est que cette mémoire mobilise des données indépendamment du contexte spatial et temporel. Autrement dit, ce que mobilise cette mémoire n'appartient au champ de l'immédiat pur ; elle serait le contradictoire même des théories behavioristes puisque son intervention peut précisément faire découler des actes et pensées qui ne s'accordent pas très directement aux logiques d'action d'un contexte matériel

²⁰⁰ Guéguen Bernard, « Les mémoires » in. *Entre maîtrise et vertige, savoir et mémoire à l'heure du numérique*, colloque SERDA/Sorbonne.

donné.

Si l'impact affectuel est grand, la mémoire épisodique sera également mobilisée puisque le sujet sera « personnellement » concerné. La mémoire épisodique est précisément ce qui pourrait constituer notre biographie personnelle : en relation avec le contexte spatio-temporel donné, elle mobilise des événements que l'on a personnellement vécus. Ces choses ne sont évidemment pas clairement séparées et encore moins réellement décidées par le sujet. C'est notamment ce qui participe de l'inconscient et les incidences de cette mémoire épisodique sont ce qui caractérise la virtualité et le désir du sujet.

C'est notamment ici l'explication de cette jolie expression « d'apprendre par cœur », par opposition à mémoriser quelque chose : disons que dans le deuxième cas, l'attention est mobilisée de telle manière que la mémoire sémantique sera la plus importante ; dans le premier cas, l'ordre de la mémoire et de la pensée intègre le donné comme personnel, c'est le cœur, symbole de l'épisode qui devient réceptacle du donné et le donné s'indiffère partiellement de son sujet. Dans son ouvrage sur l'art de la mémoire, Frances Yates évoque notamment une mnémotechnique qui consiste à intégrer les éléments à mémoriser dans l'ordre d'un lieu que l'on affectionne particulièrement²⁰¹ ; le parcours dans les données suit le parcours dans le lieu aimé. C'est que les deux types de mémoire sont ainsi mobilisés, assurant une garantie plus forte de maintien des données. Le virtuel et l'actuel se rencontrent ainsi dans la mémoire.

Autre mémoire mobilisée : la mémoire dite procédurale. Celle-ci permet de mémoriser des procédures liées à l'effectuation d'une tâche. Cette mémoire implique au début beaucoup d'attention, puis devient progressivement hors conscience, quasi mécanique. L'exemple que donne Guéguen l'explique assez aisément : ce passage étonnant du niveau d'attention aigu au niveau intégré est perceptible lorsque l'on s'aperçoit que l'on a fait un trajet en voiture à travail et que l'on arrive sain et sauf, sans avoir grillé un seul feu rouge alors que l'on pensait tout à fait à autre chose.

Il n'existe pas de mémoire sans conscience, même s'il y a une mémoire inconsciente. La mémoire inconsciente est par exemple cette mémoire procédurale ; il y a également celle de la reconnaissance des visages... Mais cette mémoire ne prend véritablement effet que si elle agit, même implicitement sur la conscience. Il n'en demeure pas moins l'importance de l'apprentissage dans ces mémoires inconscientes. De même, une personne qui a été dans le coma a tout un passage de sa vie qui demeure une page blanche.

²⁰¹ Yates Frances, *L'art de la mémoire*, Paris, Gallimard, 1987

La mémoire procédurale s'offre donc à la conscience, notamment à la conscience *noolithique* – qui est la conscience que l'on a par l'intermédiaire de notre connaissance du monde - ; la mémoire épisodique fait appel à la conscience *auto-noolithique*, c'est-à-dire à la connaissance que l'on a sur soi-même et sur la continuité de soi-même dans l'e temps et dans l'espace.

Il faut comprendre que le cerveau ne range pas les éléments, mais les associe, de manière dynamique. Les éléments sont totalement dispersés dans le cerveau selon les logiques d'usages de ces données. Autrement dit, l'inscription dans la temporalité, la présence du sujet dans le monde et ses consciences de lui-même et du monde ne sauraient trouver une sorte de point final ; ils se modifient, évoluent d'instant en instant.

Ainsi, à la problématique de la temporalité et de la signifiante, nous voyons plusieurs dynamiques, plusieurs mouvements, plusieurs signifiants possibles. Il n'y a aucun référentiel. Le seul référentiel possible pour le sujet ne sera jamais que la manière dont il s'inscrit. Encore faut-il avoir une capacité réflexive qui le permette.

Cela pose le difficile problème du souvenir. Le souvenir n'est pas inscrit ad vitam dans le cerveau ; il n'est pas une séquence que l'on peut reproduire. C'est un ensemble disparate que l'on recompose ; le souvenir ne revient pas à soi, on le reconstruit. On filtre un certain nombre d'éléments que l'on encode. Au moment du rappel, il peut y avoir distorsion puisque le souvenir se plaque, se configure à partir du donné actuel. De plus, les éléments ne reviennent pas dans la mémoire comme ils en sont venus, mais tels qu'ils sont vécus lors de la reviviscence ; dès lors, on substitue à la mémoire n°1 une mémoire n°2 en quelque sorte.

De plus, il existe un certain nombre de souvenirs que l'on inhibe. Le cerveau lui-même fait en quelque sorte impasse sur des souvenirs qui ne semblent pas opératoires. Inversement, on peut avoir une influence constructive sur la mémoire lorsque l'on appose de l'intentionnalité dans notre activité mémorielle. Si l'esprit ou le corps est mobilisé pour un objectif conscient, ou si l'affect est fort, alors la dimension virtuelle de la mémoire va augmenter.

L'on commence à saisir comment l'esprit s'inscrit dans une temporalité. Il est nécessairement dans un mouvement perpétuel où, aux mouvements du donné, se place en miroir le mouvement plastique de l'encodage et de la reviviscence du souvenir. L'esprit est orienté par une logique d'action, qu'elle soit actualisée dans l'acte ou virtuelle par la pensée.

L'expérience esthétique a ceci de particulier qu'elle ne vise pas directement une finalité

actuelle. La finalité virtuelle n'apparaît pas beaucoup plus évidente, ce qui explique une des définitions du beau chez Kant comme « finalité sans fin ». Cependant, l'expérience esthétique ne saurait exister sans aucune fin, parce que l'esprit ne saurait se mobiliser sur du rien et n'aboutir à rien. Il existe toujours un je-ne-sais-quoi, un quelque chose d'inassignable qui fait que notre esprit s'intéresse, se porte sur quelque chose. C'est précisément parce qu'il y a au moins cet inassignable que tout un mouvement de pensée est possible. C'est même ici la source du principe de plaisir esthétique : l'accord libre et contingent de l'imagination et de l'entendement – accord imprévisible et non maîtrisable – où l'imagination associe les images comme si il y avait une règle implicite, comme si les choses étaient présentes à nous dans une logique que nous ne comprenons pas encore et dont seul un travail réflexif nous donnerait la clef²⁰². Le plaisir esthétique, qui est le moteur du travail réflexif, s'appuie sur la contingence qu'il laisse croire une possibilité de pensée systématique, c'est-à-dire joue à chercher un horizon d'attente universel par-delà le contingent présent et dont le contingent semble garantir que l'expérience déborde la simple volonté. « *Ce qui plaît c'est que le réel vienne sans notre intervention satisfaire des exigences toutes subjectives* » nous dit Kant. Cavell et d'autres théoriciens voient très certainement dans le cinéma l'actuel acmé d'un tel type de rapport : de par le caractère ordinaire et automatique du dispositif, « *le cinéma substitue à notre regard un monde qui s'accorde à nos désirs* ».

C'est en fonction de ces exigences que l'on doit s'accorder sur le caractère universel, mais sans concept, de l'expérience. Ces exigences sont le moteur de la recherche du caractère commun, bien qu'indéterminé, de l'expérience esthétique. Ainsi, à une finalité non actuelle existe, selon Kant, une sorte de finalité virtuelle : la recherche d'une *Communauté*, d'un partage de rapports formels communs au monde. La leçon de Kant consiste à partir de l'affect épisodique pour chercher ce qui constitue la mémoire sémantique ; y trouver les intuitions de ce qui consisterait en règles pratiques nécessaires selon le sens commun. C'est en cela que pour Kant, l'expérience esthétique peut donner l'intuition de ce qui compose l'expérience théorique et, surtout, accorde cette expérience théorique avec l'expérience pratique, c'est-à-dire morale. La démarche réflexive elle-même est morale et demande au sujet un élargissement virtuel qui serait corrélatif de l'élargissement virtuel qu'implique l'objet. Nous verrons que cela pose un certain nombre de problème puisque cela comprend le rapport aux autres, d'intégrer l'altérité dans la réflexion.

La leçon de Cavell porte plus précisément sur l'importance du « travail ». Son travail

²⁰² Kant Emmanuel, *Critique de la faculté de juger*, op.cit.

théorique s'appuie sur sa mémoire de spectateur. En quelque sorte, la seule vérité théorique appliquée à l'esthétique ne saurait qu'être une réminiscence. C'est en fonction de ce que l'on a jugé comme important que l'on peut faire un parcours significatif ; or, les critères d'importances sont relatives à chacun. Une des différences majeures entre ces deux théories est dans la conception de la vérité de l'Idée : si, chez Kant, l'Idée peut être universelle et atteignable, chez Cavell, William James, Hegel, et surtout Emerson et Wittgenstein ont laissé une marque indélébile sur cette croyance en la vérité : elle est inassignable et inatteignable, et la question même de l'expérience est problématique. En revanche, le point commun entre ces deux théories, et qui serait en quelque sorte le ciment de toute théorie esthétique – et qui pose donc problème aux réflexions sur les significations – c'est la question de la « manière de », la question du processus et de l'engagement psychique et intellectuel dans le processus de l'expérience esthétique.

C'est que l'expérience esthétique n'est pas transcendante, mais s'inscrit toujours dans une contingence. L'expérience esthétique est toujours inscrite dans une durée et dépend de la manière dont le sujet lui-même s'inscrit dans une temporalité. Nous évoquerons un peu plus loin les problématiques liées à l'inscription dans une temporalité sociale ; mais, déjà, le travail de mémoire, le travail individuel, contient en lui-même un certain nombre de bifurcations possibles, de points d'arrêts possibles. L'ensemble de l'œuvre critique de Kant n'est au fond rien d'autre qu'un ensemble d'alertes sur les manières dont l'esprit lui-même peut s'arrêter dans la réflexion, dont il peut s'engager dans des bifurcations qui conduisent à des paradoxes. C'est pourquoi nous devons, dans un premier temps, nous y arrêter et nous en intéresser.

Dans l'inscription temporelle, la signification se construit dans les raccords opérés entre ce que l'on perçoit et ce que nos possibilités mémorielles voient comme possibilités d'actions actuelles et possibilités de pensées virtuelles. Le virtuel est composite puisqu'il intègre également le « passif » et engage de manière imaginaire les horizons possibles. L'expérience esthétique offre un rapport d'objet où, par-delà la question de plaisir/déplaisir, l'actuel ne prime pas. Cela ne signifie pas qu'il n'y ait pas d'actuel, cela signifie que les finalités ne sont que virtuelles. Il y a une abstraction, un virtuel, un *je ne sais quoi* qui est perceptible derrière la forme actualisée que l'on observe et qui, précisément, oriente toute notre pensée. Cependant, c'est bien parce que ces virtualités sont engagées par la présence actuelle, et donc contingente, de l'objet que le sujet n'apparaît pas comme délirant, dans les nuées.

Une fois que l'on pose un pied dans le virtuel, nous pouvons engager notre pensée dans un niveau plus ou moins élevé d'abstraction : le plaisir reste une forme d'intuition des

possibilités virtuelles et concerne encore en grande partie les capacités réceptives de l'actuel – ce que l'on nomme plus usuellement le ressenti, le *feeling* - ; mais la pensée réflexive peut également engager tout le procès de ce ressenti et interroger les conditions mêmes de ce ressenti et, par ce biais, comprendre – dans le sens de « mettre ensemble » - sur le caractère signifiant et/ou procédural de ce rapport. C'est un élément très important dans la philosophie de Kant que la pensée réflexive puisqu'elle devient alors le moteur des autres formes de pensée.

Comme nous le disions, l'actuel et le virtuel sont coextensifs. Ce sont par nos capacités dans l'actuel, c'est à travers les processus d'actualisation et d'interprétation, que nous appréhendons le virtuel et réciproque. Si l'actuel semble insaisissable, alors évidemment l'esprit se fatigue et voit toutes les limites de la perception, donc, par médiation, toute la limite de sa pensée. Mais c'est dans sa capacité à apposer du virtuel sur de l'actuel que naît le plaisir esthétique. C'est en cela que la *surprise* est un grand facteur de plaisir esthétique. Et la surprise peut intervenir sur notre rapport à l'actuel, comme sur le pur plan du virtuel, elle peut être produite par la chose ou par notre manière de l'apercevoir. C'est que le goût est très souvent composite ; déployé à partir de causes multiples. Un même objet peut être agrégé de plaisirs multiples ; une chose qui nous a plu nous plaît encore, et nous plaira peut-être davantage par l'effet cumulatif du nouveau plaisir qui rejoint l'ancien plaisir.

Il s'agit d'agréments que nous n'attendions pas ou plus. Ce n'est pas un élément donné, mais un élément qui se découvre ; ce n'est pas un état de fait, c'est une manière. Et cette manière implique une manière délicate de considérer la chose. Le principe même de grands plaisirs esthétiques, de grandes beautés consiste en ce qu'elle immisce des sentiments contradictoires : de la médiocrité à l'étonnement. Il s'agit de glisser une incertitude entre ce que l'on voit et ce que l'on sait. Autrement dit, de découvrir que, dans la perception même, il y ait un contraste. Et ce contraste est d'autant plus frappant, d'autant plus émouvant, que l'objet même qui suscite le contraste apparaît comme naïf, mieux : qu'il apparaît comme spontané. Et si l'esprit semble aimer le naïf, le spontané, le bas, c'est qu'il peut, à loisir, l'agréments, l'enrichir, l'anoblir en quelques sortes. C'est pourquoi le plaisir esthétique est intégré dans une temporalité. C'est une sorte de parcours dans l'espace et dans le temps ; et c'est au sein de ce parcours que l'on peut saisir le *je ne sais quoi*, ou le perdre.

Le plaisir esthétique reste fondé dans la raison et animé par la raison ; pour éviter toute forme d'écueil kantien, parlons plutôt d'esprit. Il n'y a, certes, pas médiation d'un concept, mais cela n'en fait pas une chose déraisonnable. Cela ne veut pas dire que le rapport esthétique se réduise à la sobriété voire à l'austérité du cognitif ; cela signifie simplement que

l'esprit trouve des éléments raisonnables du fait même qu'elle porte un intérêt à la chose. Il y a donc toujours distancement, distanciation entre l'œuvre et son spectateur. C'est cette distance même qui lui permette de juger. Le jugement de goût engage par ailleurs bien plus que le goût ; il engage toute la faculté d'évaluer, de compréhension, bref la faculté de juger et de jauger. Plus le sujet semble avoir une faculté supérieure à celle des objets vus, et plus son plaisir est grand ; par exemple, par rapport aux personnages d'une comédie ou d'une tragédie. Mais, refus d'évidence oblige, ce plaisir n'interdit pas un dénouement qui modifie tout – par exemple, un dénouement où le personnage critiquable par excellence fait quelque chose de grand et d'imprévisible -. L'art et la manière, c'est la capacité d'un artiste à proposer un ordre des choses, qui interpelle cette *attention* toute particulière. Il apparaît que cet art peut être si subtil que nous sommes saisis dans l'immédiat de la scène, oubliant même la suite dont parfois nous connaissons la fin.

Reste à déterminer les manières dont le cinéma a pu avoir tendance à offrir des expériences particulières d'articulation d'actuel et de virtuel. Nous verrons ensuite que cette articulation n'est pas la seule composante de l'expérience esthétique en général et cinématographique en particulier. Car ce serait oublier que l'expérience, inscrite dans une temporalité, n'est pas seulement inscrite dans une mémoire et dans un rapport au monde que l'on pourrait qualifier de phénoménologique ; l'expérience est également inscrite dans l'histoire, dans le temps social, et qu'actuellement le cinéma, art du temps et de la mémoire, doit se requalifier au sein du rapport dialectique entre mémoire individuelle et histoire sociale, entre la temporalité de l'expérience individuelle et scansion du temps social.

ii. Une incidence sur l'esthétique
cinématographique : la mise en avant de l'importance
de la dimension hétérotopique de la salle dans la
relation signifiante

Tout ce que nous venons de dire n'aurait de sens que si une projection cinématographique ne se faisait jamais que pour un seul spectateur. Or, l'on a beau se projeter dans le film, l'on n'en demeure pas moins dans une salle avec d'autres spectateurs. C'est dire la complexité de la situation dans laquelle se trouve un spectateur : aux relations au film, il

faut ajouter la relation au public dans la salle. Il y a un véritable bain de significations. Un mélange d'actuel et de nombreuses virtualités.

Il apparaît que le présent de la consécration ne sera jamais que dans la salle ; l'impossible rapport immédiat de consécration au film est possible dans le rapport aux autres spectateurs. De plus, l'expérience cinématographique s'inscrit dans l'expérience tout court ; elle n'est pas une expérience totalement séparée de notre expérience quotidienne au sein de l'espace public, elle n'est pas une expérience séparée de notre expérience de la sociabilité. La question de l'expérience cinématographique s'inscrit dans l'esprit du spectateur conjointement à son expérience de la sociabilité. C'est le propre même de la médiation culturelle et la fonction même de la culture que d'établir ce lien. Que nous envisagions jusqu'à présent le rapport quasi direct au film ne doit pas pour autant laisser croire qu'il est aussi évident. Ce n'était qu'une astuce méthodologique et elle ne donne qu'une vision parcellaire des événements.

Il s'agissait, en somme, d'une vision naïve, d'une manière de penser qui s'engage dans l'intention purement esthétique. Cependant, nous y avons laissé une brèche, notamment dans le *virtuel*. Nous disions que le *virtuel* est composite. Et nous n'avons finalement parlé que de la tendance virtuelle engagée par le film et la réalité. Mais la *réalité* n'est pas univoque et uniforme ; il y a, en elle, une multitude de *virtualités*, dont la plus importante est précisément la dimension symbolique. Ainsi, au savoir du film s'agrège le savoir symbolique, la question de la mémoire sociale. La vision naïve est toujours une vision « connaissante » en somme. Et toute la question de la médiation est de rendre objective cette « connaissance » implicite.

Nous devons engager cette question ; nous le devons d'autant plus que le problème fondamental, à l'heure d'une réévaluation de ce qui fait cinéma, porte très précisément sur ce rapport de virtuels, leurs relations et conflits, leurs mouvements. Cela est d'autant plus prégnant que si l'on constate une tendance à l'insistance sur les phénomènes d'actualisation dans la réception, c'est parce que, précisément, le film, devenu contenu, devenu définitivement immatériel et transposable, n'est devenu qu'un élément, une proposition dans un texte plus vaste qui est celui du champ d'expérience d'un contenu.

Déjà, Benjamin prévenait des forces à l'œuvre dans les processus *d'anesthésie*, en pointant le fait que les forces de contrôles du système cénesthésique ne faisait qu'offrir une forme de distraction sensorielle et altéraient d'autant plus la conscience que leurs effets étaient éprouvés collectivement (plus qu'individuellement) ; autrement dit, par la dimension

collective de la « réception » (qui devient alors d'autant plus une forme de production de sens) offre à la fantasmagorie l'apparat d'objectivité.

Il aurait très bien pu, par syllogisme, appliquer ce constat au cinéma ; et pourtant, il ne l'a pas fait. C'est que le cinéma ne produit pas sa signifiante sur le pur plan de représentation, mais également par l'événement dans la salle – le « lever de rideau ». Cavell, quelques décennies plus tard, dira finalement quelque chose de similaire, en expliquant les désagréables expériences qu'il éprouve désormais au cinéma :

« on apportait avec soi à l'intérieur de la salle ses fantasmes, ses camarades et son anonymat, et on repartait avec sans qu'il leur soit rien arrivé. À présent qu'il y a un public (c'est-à-dire comme au théâtre), mon domaine privé fait l'objet d'une demande ; de sorte qu'il m'importe que nos réactions au film ne soient pas vraiment partagées »²⁰³.

C'est que la logique même de la mise en scène du spectacle cinématographique a changé (nous le reverrons dans la partie suivante) et, en corrélat, la pratique cinématographique (c'est-à-dire la définition collective du cinéma, de ses significations, de ses conditions d'effectuation) ; la relation même entre le cinéma et l'espace public socioculturel, ainsi que la relation entre l'expérience filmique et l'expérience tout court, ont changé. C'est dire l'importance de la dimension hétérotopique de la salle de cinéma.

Le problème de Cavell, précisément dans cette citation, consiste, comme tendance sociale et culturelle dominante, en une sorte de transfert, de transfiguration de l'expérience où l'on passe d'une logique de désir, d'une relative passivité (au sens de Žižek, c'est-à-dire passivité fondamentale, liminaire de l'expérience esthétique, que l'on retrouve, par ailleurs dans d'autres théories modernes « classiques ») à une logique plus proche du social, du *conatus*. Pour le dire autrement, une tendance au déni de la relation dialectique, au profit d'une conception où le sujet est tout puissant, dans ses attentes comme dans ses interprétations ; comme s'il n'était pas affecté ou identifié dans sa relation au film, mais simple agent de valorisation du film.

Il y a donc une efficience signifiante par la dimension hétérotopique de la salle. Déjà, la salle de cinéma permet à la fois d'exercer son *droit de regard* – articulation expérience / interprétation – , et, en outre, offre au moins une intuition de la *spectature* - articulation expérience / énonciation -. Le fait même que la salle de cinéma permette une expérience en dehors de l'espace public, dans un espace et une temporalité singulière, implique également

²⁰³ Cavell S., *La projection du Monde...*, op.cit., p.20

une possibilité de distance *critique* permettant a posteriori l'articulation énonciation / interprétation.

L'hétérotopie est un espace autre, qui localise, au sein de l'espace public, une utopie ; reste à savoir s'il exprime et reproduit l'utopie globale de l'espace public, ou s'il se place comme espace critique (c'est-à-dire comme espace excentré de l'espace public, permettant un rapport distancié à l'idéologie de l'espace public). Cette utopie exprime, par la négative, les structures imaginaires et symboliques de la culture qui l'intègre. Ce sont des espaces où des virtualités se concrétisent et participent à une relation dialectique avec les procès de l'actuel. Pour ce faire, *l'hétérotopie*, nous dit Foucault, doit également être *hétérochronie*, c'est-à-dire marquer une rupture avec la temporalité sociale ; cependant, elle doit toujours être accessible. *L'hétérotopie* expose les conditions d'articulation entre expérience et reconnaissance, entre la temporalité individuelle de la mémoire et celle, sociale, de l'histoire, entre le désir du sujet et la caractérisation politique du désir, à savoir le *conatus*.

L'hétérotopie permet au sujet d'entretenir (temporairement) un rapport distancié avec l'espace public dans un objectif d'illusion ou de perfection. Plus précisément, *l'hétérotopie* permet au sujet de faire l'expérience d'espaces ou de temporalités incompatibles dans l'ordre de l'actuel : ainsi évoque-t-il naturellement le théâtre, les jardins, mais également les bibliothèques et les musées... ainsi que le cinéma. En effet, le cinéma est un espace utopique de multiplication d'espace. Mieux, il contient une *double hétérotopie* : à la fois celle de l'écran – « *fenêtre ouverte sur le monde* » disait Bazin, « *espace du monde projeté* » nous dit Cavell -, et, bien que l'on y pense moins spontanément, la salle de cinéma (notamment avec ses rituels).

Mais le cinéma est-il une hétérotopie d'illusion ou une hétérotopie de compensation ? Serait-il comparable aux maisons closes, hétérotopie illusoire qui dénonce le caractère encore plus illusoire de l'espace réel, ou bien le cinéma serait-il plutôt comparable aux *missiones* jésuites du Paraguay, qui créent des espaces mieux arrangés, plus méticuleux ? C'est toute l'histoire du cinéma qui répond à cette question et qui tend à démontrer que ces deux aspects sont présents au cinéma. Ce que l'on nomme ordinairement la modernité cinématographique est l'expression d'une approche réflexive du caractère illusoire du cinéma, conférant dès lors au cinéma une capacité de compensation ; dans le même sens, la *Projection du Monde* de Stanley Cavell – qui semble pourtant défendre le cinéma de l'illusion puisqu'il évoque l'âge d'or hollywoodien – évoque le cinéma à l'aune du perfectionnisme moral. De même, c'est l'évolution de la définition de ce qui constitue le spectacle cinématographique qui entretient également un rapport ambigu entre la compensation et l'illusion.

Il est important d'analyser ce qui constitue aujourd'hui le caractère doublement hétérotopique du cinéma et en quoi cette *hétérotopie* apparaît comme lieu d'expérimentation pour le sujet, notamment à l'aune de *l'esthétique du flux*. Le cinéma, que ce soit la salle qui véhicule la pratique ou le dispositif cinématographique, problématise l'articulation du sujet avec le collectif, l'articulation de la mémoire et de l'histoire. En effet, le cinéma entretient un rapport ambigu avec le réel – et rejoint dès lors le problème du « réalisme » que nous avons évoqué quelques pages plus haut.

D'une part, l'image cinématographique exploite aussi bien le registre indiciel que le registre iconique. De même, la projection du film implique un rapport ambigu entre la temporalité sociale et celle de la projection (effective comme affectuelle, autrement dit : le temps objectif de la projection et le temps de la projection tel qu'il est subjectivement vécu). Enfin, les pratiques instituant la salle comme hétérotopie implique une temporalité et une réalité à plusieurs niveaux comprenant le temps social, celui de la communauté de spectateur et celui du film. Nous allons d'abord cerner les mécanismes liés au film et au dispositif expressif du film.

Il faut comprendre que l'expérience d'un spectateur est celle d'un film, projeté dans un certain dispositif. Le spectateur profite dès lors d'une médiation audiovisuelle de l'expérience, celle-ci étant intégrée de manière discursive dans le cadre d'un dispositif. Le travail du spectateur s'établit à partir d'un double agencement : celui du montage et celui de la salle.

À de rares exceptions près, les théories du cinéma se sont principalement focalisées sur les films et leur esthétique. En effet, l'idée de Gilbert Cohen-Séat, cofondateur de la brève école de filmologie, n'a justement pas fait école : il s'agissait de distinguer le fait filmique du fait cinématographique. Le *fait filmique* étant la logique esthétique du film et le *fait cinématographique* – autrement plus riche et complexe – étant un ensemble de signification qui donnent du sens au film, à savoir : les infrastructures économiques de la production, les studios, les techniques des appareils, mais également, l'influence culturelle, la réaction des spectateurs, la « mythologie des « stars », ainsi que l'équipement des salles, le rituel social de la séance de cinéma, le problème de la perception des images...

Or, c'était le film comme médiateur qui a principalement intéressé les théoriciens – nous reviendrons sur la logique historique qui a conduit à cela en deuxième partie. Le cinéma était alors interprété dans une pure logique de représentation. Cela signifie qu'il fallait, avant tout, intégrer ce nouveau mode de représentation dans la logique culturelle d'alors. Ceci se

remarque aussi bien au niveau des théories qu'au niveau des manières dont on met en scène le spectacle cinématographique : par exemple avec l'intervention des bonimenteurs qui contextualisaient les images projetées en fonction du public, de même les opérateurs Lumière qui projetaient aux Cours d'Europe leurs propres portraits filmés dans la journée. C'est ainsi que le parlant est apparu comme une révolution dans ce qui définit le cinéma : le parlant a conduit à ne plus simplement aller au cinéma, mais à voir des films. Le film devenait un élément que l'on partageait tous au sein d'un espace culturel – et non plus un élément que partageait une salle. Il est d'ailleurs notable qu'à peu près à la même époque, l'État a commencé à réellement s'intéresser à cet art : le cinéma apparaît dès lors comme un enjeu culturel.

Puisqu'un film devenait une sorte de *bien commun*, c'est assez naturellement que les cinéastes ont commencé à problématiser les prérequis des puissances formelles du cinéma. De même, il devient logique que les théoriciens se portent sur le statut moral du film et de son discours, ainsi que la démarche morale du spectateur qui travaille à l'imbrication de son expérience au sein d'un film et à l'imbrication du film dans son expérience. Dans la perspective tracée par Benjamin, où la domestication du machinisme cinématographique pouvait conduire au fascisme – l'esthétisation du politique – ou, inversement, à un art de la masse – politisation de l'art - , des théoriciens, des critiques ainsi que des cinéastes ont considéré le cinéma à la fois sous un angle politique et sous un angle esthétique. Cela a conduit précisément à ce que beaucoup d'auteurs appellent la modernité cinématographique.

Le cinéma est ainsi vite passé de curiosité scientifique à une médiation du réel, puis à un divertissement plus ou moins autonome avant de se désolidariser de son caractère mécanique (au sens de Cavell) pour un caractère machinique (fascination technique du numérique qui est plus proche de la conception de Benjamin). Lorsque l'on résume l'histoire à deux périodes – classique puis moderne – nous ne concevons que deux manières d'appréhender de manière problématique les appareillages, les techniques (comprenant le langage).

La première période serait a priori appuyée sur le caractère mécanique du cinéma pour entrevoir les problématiques de langage ; la deuxième période problématiserait également le caractère mécanique. L'un dans l'autre, l'on s'aperçoit que la puissance du cinéma est de pouvoir laisser envisager des projections d'une autre réalité ; de même le spectateur peut se laisser bercer par ses réinscriptions régulières dans ce flux.

Et c'est précisément la logique de flux qui est spectaculaire dans les modes de diffusion de films – notamment permis par la Télévision et les NTIC – que l'on retrouve

également dans le travail formel des films et dont les théories et critiques, encore ancrées dans les conceptions modernes et représentatives, peinent à rendre compte. C'est donc à l'aune de la logique de flux et d'actuel/virtuel que nous devons comprendre les mécaniques de l'esthétique du film. Cette esthétique qui semble apparaître à un retour au fait cinématographique ; une sorte de problématisation du fait cinématographique par le fait filmique.

iii. Des propositions qui problématisent plus directement l'hétérotopie

Il y a dès lors de nouvelles problématiques de l'hétérotopie de la salle. Des problématiques qui s'appliquent au sein du spectacle lui-même et des problématiques relatives aux procédures de médiation cinématographique, au sein de l'espace public culturel.

Pour ce qui est des problématiques relatives au spectacle, il est intéressant de porter notre attention sur les logiques à l'œuvre dans les perspectives *d'immersion* et dans celle de *l'interactivité*²⁰⁴.

Les perspectives *d'immersion* ont régulièrement été exploitées dans l'histoire du cinéma. Il y a d'ailleurs eu deux grandes pistes : d'un côté, l'exploitation du son ; de l'autre, l'agrandissement de l'image.

Au niveau du son, nombre d'histoires du cinéma tendent à rappeler que le cinéma muet n'était pas silencieux. Bien au contraire, le film était accompagné de musique, voire de bruitages. L'on tendait, donc, à reproduire dans la salle, des signes que l'on projetaient à l'écran. Ce qui rendait le film autrement plus spectaculaire. La technologie du « cinéma parlant » participe de ce même principe, avec ceci de plus intéressant encore que c'est le film lui-même qui « supporte » le son : nul besoin de soutien extérieur pour être « plongé » dans le film. Au début des années 1990, le passage au son numérique ne propose finalement rien d'autre que la radicalisation des usages du son dans une stratégie d'immersion : par l'usage du *surround*, le

²⁰⁴ Il existe de nombreuses autres variations en termes de format de film – micro cinéma, le cinéma portable, etc. Mais leur problématique semblent encore bien trop éloignées de la nôtre et concernerait plus précisément une thèse explicitement orientée sur l'esthétique du cinéma alors que la présente partie de la thèse ne fait finalement que problématiser les conditions expérientielles du public, les formes qui préfigurent les futures expressions possibles du cinéma, avant de se consacrer sur la manière dont le cinéma s'inscrit dans l'espace public et les perspectives stratégiques possibles des exploitants.

son offre même des éléments du hors champ – tout en les situant dans la perception spatiale du spectateur.

L'immersion a aussi été visée dans le travail porté sur l'image. Très tôt dans l'histoire du cinéma, l'on tendait déjà à offrir des films dans des conditions de projection exceptionnelle, sur de très grands écrans. L'exploitation du format Cinémascope n'a fait que renforcer ce principe. Depuis maintenant quelques années, nous voyons s'institutionnaliser l'exploitation de l'image en relief (nous disons institutionnalisé, parce que cette technologie a déjà existé, mais elle n'a connu qu'un succès relatif jusqu'à *Avatar* ; nous expliquerons, dans notre analyse critique de l'économie politique et symbolique du cinéma pourquoi cet échec antérieur).

Ces différentes formes « d'innovation » ont eu une efficacité économique. Cependant, si nous ne développons pas plus notre réflexion à leur sujet, c'est parce qu'elles ne font que renforcer de manière manifeste les singularités du dispositif cinématographique. Bien plus intéressante est la question du cinéma interactif, parce qu'il apparaît, à première vue, comme contradictoire de ce qui a constitué jusqu'alors la pratique cinématographique. Nous veillerons, dans les prochaines pages, à démontrer le contraire et à inviter les exploitants de cinéma à reconnaître l'intérêt formel et symbolique de ces nouvelles cinématographies. La question qui se posera alors à l'exploitant sera de définir les cadres pragmatiques et discursifs dans lesquels ce cinéma peut s'intégrer, en parallèle de sa forme plus « classique », au sein d'une même exploitation ou, au moins, d'une même pratique cinématographique.

Le cinéma *interactif*, quoique peu développé encore (pour des raisons principalement économiques et institutionnelles), connaît déjà quelques perspectives et réalisations intéressantes. L'interactivité est une notion floue, qui a permis l'essor de la micro-informatique dans les années 1990, alors que les dispositifs étaient encore faibles comparés aux qualités intertextuelles du cinéma par exemple. En cela, cette notion apparaît effectivement comme un « référent imaginaire global » :

« l'interactivité ne répond pas à des critères techniques précis mais s'adresse à l'utilisateur dans une logique de promotion de services. Tout se passe comme si le mot interactivité, derrière le flou notionnel qui l'accompagne devait venir combler le vide séparant l'utilisateur de la technique. Un entonnoir sémantique par-delà lequel on aimerait voir consommateur et promoteur de technologie s'engouffrer avec la même frénésie. Les discours d'accompagnement de l'interactivité trouvent un terrain fertile dans le sillage des dérives déterministes, qui font de la technique l'enjeu principal de nos sociétés en lui accordant un pouvoir surdimensionné : celui de transformer le monde. (...) Profitant de ce flottement,

l'interactivité deviendra une valeur à fort taux d'investissement imaginaire. Chacun cherchera à combler intuitivement le vide sémantique en lui substituant un sens imaginaire, voire symbolique, espace de projection idéal d'une sublimation technologique »²⁰⁵.

Mais c'est précisément ce « flou » qui rend particulièrement significatif les perspectives que proposent les centres de recherche et les artistes explorant le cinéma interactif. C'est évidemment l'investissement libidinal dans ces techniques qui conduisent à de nouveaux usages, qui problématifisent la pratique cinématographique (nous le verrons notamment avec les dispositifs de jugement) ; mais c'est également un espace critique possible, dès lors que l'usage y est un tant soit peu défini (ce qui est, entre autres, le rôle des artistes)²⁰⁶.

À ce titre, la fin de l'article de Catherine Guéneau est très intéressant, parce qu'il semble circonscrire les limites d'un possible cinéma interactif. En effet, si l'interactivité est plutôt une pratique individuelle, basée sur une illusion de liberté (puisqu'elle est contingentée par le programme), il devient compliqué d'obtenir une rétroaction personnalisée de l'ensemble d'une salle. L'action individuelle se noie alors dans le processus de vote collectif. Guéneau est alors très critique :

« Mis à part ces modes sommaires de participation, ce type de dispositif fait appel à une conception réductrice du cinéma. Celle d'un cinéma assimilable à un récit orienté et construit pour sa fin, où les images et les sons s'épuisent dans l'illustration narrative. Quand la véritable force d'expression du cinéma se révèle dès qu'on libère le film de ces lignes scénaristiques stéréotypées, non seulement, le film interactif ne renouvelle en rien les formes cinématographiques fictionnelles, mais il feint d'en ignorer les fondements les plus élémentaires. Le principe même de la fiction est d'entraîner un individu à la découverte de mondes imaginés ou représentés par d'autres. Quand le plaisir filmique tient, en partie, à la promesse de cette rencontre, la fiction interactive renvoie le spectateur à ses propres choix sans engager le rapport d'altérité. Quel intérêt pour celui qui vient justement chercher l'inverse au cinéma ? »²⁰⁷.

Mais elle confond beaucoup de choses. D'une part, elle participe d'une pratique cinématographique orientée sur ce que nous avons appelé la *logique picturale*, représentationnelle. Si cette approche valorise énormément le film, l'auteur, etc., elle n'en n'est pas moins une approche « moderne classique » dont nous avons, dans la suite de Jameson, esquissé toute la dimension réifiante. De plus, elle fait totalement l'impasse sur

²⁰⁵ Guéneau C., « L'interactivité : une définition introuvable », in. *Communication et langages* Vol.145, 2005, p.125

²⁰⁶ Point essentiel que semblent oublier aussi bien bon nombre de sociologue de la réception et de l'art que bon nombre d'économistes de la culture (notamment Le Diberder).

²⁰⁷ Guéneau C., op.cit., p.128

l'importance de la salle de cinéma dans l'expérience filmique. Autrement dit, elle ne place l'altérité qu'au sein du film, là où il y a également une altérité possible au sein de la salle. Enfin, par un effet de pseudo-dialectique, elle tend à croire que le cinéma interactif sous-entend une absolue passivité dans le cinéma plus classique ; passivité aisément substituable par un simple dispositif de vote. Or, il n'en est rien : il s'agit, tout au plus, d'une insistance sur la notion d'actualisation, là où elle était encore implicite. Certes, « *la fiction interactive renvoie l'activité spectatorielle en deçà des interactions produites habituellement par le dispositif cinéma, en la plaçant du côté de la réactivité* »²⁰⁸, autrement dit, elle substitue aux effets de double scénarisation (du film et du spectateur) un simple dialogue d'action/réaction/rétroaction, mais c'est faire ici l'impasse sur la signifiante d'un tel dialogue dans une salle, interprété par divers spectateurs ; c'est faire l'impasse sur la question de construction de l'identité et de l'expérience de la sociabilité.

Nous rejoignons cependant l'auteur sur le fait que ce cinéma doit développer sa propre expression. Il s'agirait d'un autre cinéma, quasiment incommensurable à la définition usuelle de la pratique cinématographique. Il le serait effectivement du point de vue d'un cinéma représentationnel, mais il ne l'est pas du cinéma en général. C'est qu'entre temps, nous avons oublié la dimension du cinéma comme *spectacle*. Il existe encore, sur la planète, des endroits où l'on joue à l'interactivité pseudo-naïve avec le film, de même certains genres comme le cinéma d'horreur s'enracine dans ce jeu.

Il y a un dédoublement possible du cinéma : un cinéma axé sur le régime purement *représentationnel* (c'est la forme « classique » de cinéma) et un cinéma axé sur le régime du *spectacle*. Ce dernier s'enracine dans le contingentement de la salle : c'est la salle qui fait spectacle. Cela a historiquement existé avec le boniment, et perdue d'ailleurs avec le *Rocky Horror Picture Show* où, selon le pays où l'on assiste à une séance – et selon le public – l'interaction avec le film est plus ou moins « hot ». Les développements actuels de cinéma interactifs problématissent en quelque sorte la dimension spectaculaire du cinéma. Et cette dimension de cinéma comme spectacle, orientée précisément sur le procès d'actualisation de la salle implique une logique qui prend très précisément en compte les problématiques de la salle.

Önder Erkarlan, à propos du cinéma interactif, évoque un exemple particulièrement intéressant : celui du fruit de la collaboration d'*Immersion Studios* avec le *Smithsonian*

²⁰⁸ Ibid

*Natural History Museum*²⁰⁹. Les spectateurs sont assis face à un grand écran et peuvent intervenir sur la narration à l'aide de consoles de contrôle face à eux. Ils peuvent même coopérer avec d'autres spectateurs qui, à travers le dispositif contenant également deux écrans plus petits, disposés à 45° de chaque côté du grand écran, peuvent quant à eux préciser des éléments au sein de l'image. Chaque spectateur de cette catégorie a un écran LCD de 15 pouces tactile lui permettant de voter quelles évolutions du film il souhaite voir (participant ainsi au vote collectif) et de naviguer au sein de l'image. Les usages sont alors les suivants :

« *Multiple people can be engaged in the show in three primary ways (...). They can work cooperatively in a typical voting mechanism. We have multiple choices in a show, where the audience decides which way are we going to go. It's a very social environment, so people start screaming out 'go to the lung', or 'go to the heart' »*²¹⁰

« *Les gens peuvent s'engager de trois manières principales dans ce spectacle (...). Ils peuvent coopérer au sein d'une logique classique de vote. Il y a de nombreux choix possibles, où le public décide quelle perspective nous devons emprunter. C'est une expérience très socialisée où les gens commencent à crier « va vers le poumon », ou « va vers le cœur » ».*

L'expérience est ici très précisément dépendante des choix de chacun et, principalement, de la manière dont chaque groupe coopère.

D'autres formes interrogent également la logique intertextuelle où ce qui était virtuellement propre au travail spectaculaire peut s'actualiser dans une performance. C'est le cas notamment de *Sliders* (2008), co-production de l'EESI Poitiers-Angoulême et de l'ESAC Pau. Le dispositif contient, dans sa base de données, les deux versions de *Psychose* (l'original de Hitchcock et son remake de Gus Van Sant). La performance implique trois étapes, chacune ayant un espace dédié : un espace de gestion de la base de données vidéo, l'espace de manipulation vidéo et enfin l'espace de sélection et de jouabilité des sons. Il s'agit de trois tables de montage temps-réel couplés à la base de données et où la sélection d'un premier poste vient informer le poste suivant, composant une mise en attente de séquence que le performer jouera ou non. Cela produit ce que les auteurs appellent un *Film N+1* produit par la collaboration des trois performers. L'expérience – au-delà du plaisir purement technique de pouvoir modelé à l'infini les possibilités – interroge précisément la thématique des films choisis :

²⁰⁹ Erkarlsan Ö., « A new gaze at interactive cinema experience : immersion cinema », Intervention dans le cadre du 1st International Symposium on Interactive Media Design, 2003, disponible sur : http://newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd_03/01.pdf, consulté le 16 janvier 2011

²¹⁰ Rodney Hoinkes, responsable du bureau technique de Immersion Studios, cité in. Erkarlsan Ö., op.cit.

« L'idée de la schizophrénie de Norman Bates (deux esprits dans un corps unique) trouvant à s'incarner sur un autre plan dans notre dispositif de monstration : deux films dans une machine unique, deux vidéoprojections sur une même surface : la visualisation de la base de données ainsi que le film créé par les performers »²¹¹

Un autre exemple encore, et qui interroge peut-être bien plus directement l'aisthisis du spectateur : celui du court-métrage *Last Call* (Jung Von Matt, 2009). Il s'agit ici d'interagir avec les protagonistes du film depuis la salle à l'aide de son téléphone portable. À l'entrée de la salle, chaque spectateur (qui le souhaite) entre son numéro de portable dans la base de données du logiciel qui appelle une personne au hasard et diffuse des scènes du film en fonction des réponses fournies. Il s'agit d'un thriller où l'héroïne est poursuivie par un tueur et dont la survie dépend précisément des choix du spectateur avec qui elle est au téléphone (et dont le spectateur entend la voix sur son portable). Lorsque l'on voit quelques images de performance, l'on remarque que le public n'est absolument pas passif, mais réagit et propose des choix au spectateur qui a le téléphone²¹². Chaque choix engage le spectateur et la protagoniste, mais également le public (qu'il le veuille ou non). Le performer expérimente alors très directement le problème que Cavell posait dans *Les voix de la Raison* (et plus implicitement dans *À la poursuite du Bonheur*, qui analyse précisément le cinéma de genre) à propos de notre « condition sceptique » à savoir que dans le jugement esthétique comme dans les prétentions ordinaires à parler pour nous, la voix singulière ne se fonde que sur elle-même pour revendiquer un accord qui n'est pas là²¹³. Cette voix risque donc l'isolement sceptique. C'est pourquoi d'ailleurs, pour éviter le relativisme, Kant en appelle au *sens commun* comme devant être revendiqué afin d'assurer la communicabilité de la satisfaction esthétique, laquelle est intuition du sens commun moral. Or, les choix du *performer* sont aussi bien esthétique que, parfois moraux, puisque la question se pose à un moment de savoir si l'héroïne doit continuer de fuir, ou aider une victime. Il y a un encastrement direct de la question esthétique et de la question morale, une expérimentation directe du sens commun et une mise en abîme des dispositifs de médiation. Il est d'ailleurs notable que, thriller oblige, le tueur ne disparaît pas à la fin du film mais appelle directement le *performer* !

²¹¹Dallet J-M, Guibert T., Curien F., *SLIDERS, une expérience de cinéma interactif collectif*, consulté sur : http://www.sliderslab.com/pages_fr/PDF/TEXTES/07_dallet_IHM07.pdf consulté le 16 janvier 2011

²¹²<http://www.youtube.com/watch?v=BRMNFwvndtok>

²¹³ Domenach E., « Le cinéma exprime-t-il le scepticisme ? », in. Cerisuelo M. et Laugier S. (dir.), *Stanley Cavell, cinéma et philosophie*, Paris, Presses universitaires de la Sorbonne Nouvelle, 2001

Les exemples sont multiples et nous n'avons pas la place, dans le cadre de cette thèse d'en donner davantage. L'important est de souligner les pistes significatives de ce cinéma et de remarquer qu'il n'est en rien contradictoire avec le cinéma tel que nous le connaissons. Pour développer un peu plus cette question, il est intéressant de prendre note des remarques développées par Gwenola Wagon, dans sa thèse portant sur les utopies d'un cinéma interactif²¹⁴.

L'analyse précise des utopies dans lesquelles s'inscrivent des productions est particulièrement intéressante. D'une part, cela rappelle que ce cinéma – que l'auteur qualifie de *cinéma étendu* – n'est pas encore largement inscrit dans les pratiques culturelles et qu'il ne concurrence pas le cinéma classique ; d'autre part, cela signifie qu'il est un outil critique du cinéma (et de l'informatique), moins une rupture qu'un prolongement, une manière d'interroger la lourdeur économique ainsi que les structures expressives du cinéma.

Wagon a précisément travaillé sur quatre utopies, plus une cinquième qui apparaît comme une synthèse. La première utopie consiste en ce que le cinéma interactif permette de distinguer (et de jouer de) différents types de temporalités, par le truisme du croisement du temps filmique avec le temps de la machine (du dispositif). Le cinéma, dès ses premières formalisations artistiques (notamment les *impressionnismes*) a montré une capacité à donner de l'importance à un moment : soit en insistant dessus en exploitant une possibilité de dilatation du temps (par effet de montage comme chez Eisenstein, soit par effet de ralentissement) ; soit, comme l'indique Cavell, par effet scénaristique, où le jeu du spectateur consiste à saisir le moment important de l'histoire, qu'il soit explicite comme occulté.

Dans cette deuxième situation, le temps du film rencontre la temporalité réceptive et interprétative du spectateur ; l'interactivité, à ce titre, est moins une révolution qu'une insistance sur l'inscription de la temporalité du spectateur. À ce titre, certains films interactifs problématisent – par effet *d'actualisation* – une mécanique alors implicite du cinéma classique, à savoir *l'expectative*, *l'attente* de ce qui va se passer. En effet, un des jeux du spectateur de cinéma consiste à prévoir le déroulement narratif ; dans le cas du cinéma interactif,

« *l'attente est ce moment nécessaire pour accueillir l'œuvre. Le spectateur attend le moment filmique, pas encore commencé. Cette durée est en suspens entre le geste et l'acte, entre le dialogue impossible*

²¹⁴ Wagon G., *Utopies d'un cinéma interactif, accessibilité des images en mouvement*, thèse de doctorat dirigée par Jean-Louis Boissier, consulté sur : http://cinemactif.free.fr/utopies_cinema_interactif.pdf, consulté le 12 février 2011

Nous reprenons en partie quelques unes d ses remarques, de ses pistes que nous prolongeons par les références théoriques que nous avons déjà explicité.

*d'un être et d'une machine. (...) Ces passages à vide, ces moments d'apnée, pourraient faire référence aux interludes de Smocking / No Smocking de Resnais. Ce sont des poches temporelles, des refuges hors de la trame, qui se détachent de l'ensemble de l'œuvre pour s'abriter de la narration ».*²¹⁵

Ces « passages à vides » permettent précisément de constituer des *moments*, des *événements* que le spectateur inscrit comme souvenir afin de donner une profondeur à ses choix – ou, dans le cas du diptyque de Resnais, de cartographier le champ des possibles. Ainsi, dans le cas des films de Resnais, et plus encore dans l'action de choisir au sein du cinéma interactif, le spectateur se projette dans un *point de vue* (celui des personnages dans le diptyque et, plus ou moins, le sien dans des œuvres interactives) et le choix n'apparaît plus que comme un choix parmi plusieurs identifications multiples. L'engagement devient alors d'autant plus profond.

En cela, avec des termes benjaminien, nous voyons que le glissement vers *l'interactif* implique que le spectateur devient aussi éprouvé que l'acteur par la machine : si, pour Benjamin, l'acteur était celui qui est mis à l'épreuve par la caméra, le spectateur du cinéma étendu est mis à l'épreuve par le temps-machine. Les « esprits chagrins » peuvent y voir la source d'un grand problème : celui où l'identité n'est plus que de surface, où il suffit de changer de rôle, de bifurquer pour aisément changer d'identité, déniait ainsi d'une part toute forme d'altérité – qui ne résume plus que comme *alter-action* – et, pire encore, déniait l'altérité comme composante du sujet. Mais, précisément, l'interactivité nous confronte peut-être plus directement encore à la problématique de confrontation à notre « condition sceptique » : le spectateur de cinéma interactif connaît tôt ou tard un « épuisement des possibles » (pour reprendre le mot de Wagon, emprunté à Deleuze) et, dès lors, il est plus directement exposé que le spectateur du diptyque de Resnais à la *déception sceptique*, à savoir que

*« le travail de connaissance (réciproque) de nos vies (intérieures) n'atteint rien au-delà de nos expressions (extérieures) ; et nous avons matière à être déçus par ces expressions »*²¹⁶.

Il y a toujours un moment où la jouissance de l'exploration s'estompe et appelle, pour avoir un sens, pour se légitimer, un travail interprétatif. Le cas échéant, l'utilisateur est confiné dans un rôle où il a un pouvoir illusoirement illimité, mais qui n'a plus aucun sens et qui révèle finalement que la totalité dans lequel il inscrit sa perception, ses choix, ses actions, ne peuvent pas être englobées – une sorte d'équivalent technologique de l'expérience du sublime chez Kant. Autrement dit, l'imprévisibilité est le contrepoint du travail du « lecteur », mais il ne s'y substitue pas ; c'est dire si, in fine, il demeure la question de l'objectivation du processus

²¹⁵ *ibid.*, p.33-35

²¹⁶ Cavell S., *Les Voix de la Raison...*, op.cit., p.494

symbolique et la reconnaissance des problématiques de sociabilité. « Passer à travers les technologies », pour reprendre plus ou moins l'expression de Benjamin, implique un travail encore plus nécessaire de *cartographie* – là où le film classique s'offre en une unité que l'on peut interpréter, le spectateur de l'esthétique virtuelle doit comprendre et assumer les logiques interprétatives, avec leurs contingences du *regard* et du *point de vue*. C'est pourquoi d'ailleurs Wagon envisage avec justesse le nécessaire travail sur la spatialité.

La deuxième utopie concerne plus précisément les problématiques spatiales : les représentations spatiales permettant, précisément, de naviguer au sein de différentes temporalités. À ce titre, Gwenola Wagon fait une remarque particulièrement intéressante dans une note de bas de page au sujet de la figure *d'explorateur* qu'est le sujet :

« S'il fallait trouver un mot plus juste, au lieu d'explorateur on lierait le sens de visiteur associé à celui de promeneur. J'avais hésité avec le terme de visiteur pour son sens : examiner minutieusement pour trouver. Il est regrettable qu'il n'existe pas de terme entre flâneur, promeneur, errant ou explorateur. Les « Utopies d'un cinéma interactif » se composent de termes déclencheurs, métaphores et de mots valise. »²¹⁷

Mais le mot *exploration* a l'avantage du flottement sémantique, exprimant aussi bien un voyage intérieur qu'extérieur. On « manipule » le film et, ce faisant, on objective notre manière d'explorer ; on s'identifie en même temps que l'on identifie l'objet. Et, en cela, l'expédition est corrélative des difficultés politiques de la *flânerie* qu'évoquait déjà Benjamin : un refus d'être enfermé dans sa propre intériorité subjective qui conduit cependant à une distanciation avec le monde. Dès lors, l'expérience esthétique d'introspection aussi bien que d'analyse voire d'auscultation enjoint l'utilisateur à une pratique qui se confronte directement au problème de *l'an-esthésie*. Cette question de la politique de l'image et de la politique de son usage se retrouve dans l'origine même de la technique cinématographique qui consistait basiquement à représenter spatialement le mouvement (à ce titre, le travail de Marey est exemplaire) ; réintroduire du mouvement, qui est à la source donc de la technique cinématographique, avait alors, comme le dit Deleuze « *une portée scientifique nulle et une portée artistique nulle* ».

Cependant, la dimension artistique a consisté notamment à glisser de l'expressivité dans cette retranscription du mouvement, ainsi que, par le truisme du montage, cartographier un espace. Toute la stratégie, pour donner de la signifiante à cette retranscription – et c'est là que l'on comprend très précisément pourquoi ce chapitre insiste sur la dimension *hétérotopique* de la

²¹⁷ *ibid.*, p.71

salle – est que l’explorateur doit bien être « embarqué » pour explorer.

« L'embarquement est une des premières conditions pour participer à ces explorations. Ce terme illustre les départs en salle (de cinéma), de l'achat du ticket, où « ce qui est merveilleux, c'est les trois dollars, or ça ne se dit pas », à l'entrée dans les lieux de vision. Paul Virilio utilise cette même métaphore pour décrire les trajets qu'effectuent les spectateurs via les images en mouvement. La technologie cinématographique prend la forme d'un grand cargo resté à terre dont les images mobiles assurent l'illusion d'un départ possible. Les spectateurs qui « ne se déplacent pas géographiquement avec les images perçoivent leur glissement par leurs yeux restés fixes pendant toute la durée de projection. À la fin, quand ils quittent le cargo resté à terre, ils se transportent avec les images et les souvenirs de la projection qu'ils ont enregistré mentalement ». Cette vision du cargo resté à terre en est une parmi d'autres, mais elle concourt à l'idée que le moyen de l'exploration est distinct du mouvement qu'il imprime à l'explorateur »²¹⁸.

L'on retrouve ici la *double hétérotopie* du cinéma, celle du film et celle de la salle ; et Foucault ne s'y est d'ailleurs pas trompé, dans sa conférence, où il débute sur l'imaginaire des explorateurs pour glisser subrepticement l'analogie avec le cinéma²¹⁹.

Si le numérique permet de réengager la question exploratoire, c'est précisément parce qu'il y a une déception vis-à-vis des possibilités exploratoires dans le réel. En effet, que peut-on désormais explorer lorsque l'ensemble des territoires est possiblement couvert par des images ? C'est alors moins la nécessité de découvrir de nouveaux espaces que de problématiser avant tout le ressenti des données temporelles et spatiales dans leur changement de place, de ressentir les transferts de différents positionnements. Cette expérience était vécue par le spectateur *flâneur* au sein de la salle (ou, au sein de la ville, qui apparaît comme immense programmateur de films, de salles en salles, de quartier en quartier) ; ici, c'est plus précisément au sein du film que le procès s'effectue ; c'est le spectateur qui prend en charge le « rôle mythologique de la caméra ».

Mais il n'est pas nécessairement isolé dans cette expérimentation, et celle-ci n'est pas nécessairement purement introspective. Bien au contraire, nombre de dispositifs impliquent ce que Wagon appelle des spectateurs « conducteurs » et des spectateurs « passagers ».

²¹⁸ *ibid.*, p.75

²¹⁹ C'est à ce titre que l'on comprend un peu mieux le propos de Cavell, selon qui le cinéma a un caractère foncièrement anarchique où ce qui compte avant tout, c'est le privé, ses amis et le monde et surtout pas la société. Evidemment que la relation symbolique est toujours présente, mais on signifie une mise à distance critique par le truisme de l'hétérotopie. Cela permet d'expérimenter sans avoir à « répondre de » (ce qui est, inversement, l'injonction morale dans l'ordinaire).

« On nommera conducteur celui qui a les commandes du véhicule et passager celui qui est à l'intérieur du véhicule mais ne détient pas directement les moyens d'influer sur sa marche. Certaines œuvres interactives peuvent être examinées selon les deux comportements, conduire et être conduit. Entre ces deux modes du même verbe, une pluralité de situations s'étend. Le spectateur peut conduire et regarder seul le spectacle à explorer. Il peut aussi suivre les conseils d'un autre spectateur à ses côtés. En tant que spectateur d'une salle de cinéma, nous sommes comme la personne qui se laisse véhiculer et regarde le paysage à loisir. Le passager a le pouvoir d'influencer le conducteur par ses indications. Il joue le rôle du cartographe co-pilote qui mène le conducteur par les informations qu'il lui transmet »²²⁰.

Autrement dit, un partage des rôles doit s'établir entre les spectateurs, comme une sorte de reproduction du « partage du sensible ». Et l'intérêt de l'exploration consiste en la négociation permanente qui s'établit entre le « conducteur » et les « passagers », puisque, le « conducteur » a un pouvoir tant que celui-ci est reconnu par les « passagers ». C'est la nécessité pragmatique qui incite à un tel partage des pouvoirs et celui-ci n'a de sens qu'aussi longtemps que tous les membres de ce « partage du sensible » peuvent y trouver une intelligibilité au film. Autrement dit, ce dispositif exprime, tend à rendre compte, des logiques symboliques de signification et de sociabilité. Et, loin de se séparer de l'esthétique du cinéma, ce dispositif tend à en souligner un des aspects. En effet :

« Les rôles ne sont pas arrêtés à la simple définition des mots conduire ou être conduit, mais ceux-ci permettent de penser une situation au travers de ces deux pôles et d'analyser par la suite ce que l'on observera se tramer entre eux. (...) De nombreux films jouent sur une situation impliquant un conducteur distrait de ses commandes risquant de ne plus maîtriser le véhicule. L'accident signifierait pour le spectateur la chute du héros incarné par une identification potentielle. Dans *Les Amants de la nuit* de Nicholas Ray, Bowie se dispute le volant avec Chicamaw. Lors de ces scènes de perte des commandes, le spectateur se sent tout autant impliqué que les passagers. Tout en étant dans l'impossibilité d'agir, il voit un autre perdre les commandes et risquer la destruction. Cet acte signifierait la perte des protagonistes et la fin d'une identification avec eux. L'engin motorisé devient pendant quelques instants, par une transposition mentale, le même espace que la salle de cinéma »²²¹.

Autrement dit, il y a une mise en abîme du problème du sujet. La nécessité de *cartographier la totalité* (chez Jameson) est corrélative de la nécessité du sujet de repérer le réseau pour se retrouver dans le réel (chez Lacan) :

« et un réseau, ça se repère comment ? C'est qu'on retourne, qu'on revient, qu'on croise son chemin, c'est que ça se recoupe toujours de la même façon »²²²

²²⁰ Ibid., p.87

²²¹ Ibid., p.90-91

²²² Lacan J., *Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*, Paris, Seuil, 1973, p.54

Or, il y a ici deux acceptions du *réseau* – celui de l'espace et celui du symbolique. Il y a alors rencontre de la nécessaire signifiante à accorder au parcours et celle-ci est consubstantielle de la manière dont on peut, par interprétation, créer des liens entre les éléments parcourus. La nécessité est d'autant plus pressante qu'elle est collectivement partagée et construite ; l'activité cartographique n'est rien d'autre que la partition de la mémoire d'un lieu, permettant une projection imaginaire des possibilités qui y puisent leurs sources.

Si le cinéma classique impliquait cette démarche dans la *spectature*, dont on pouvait déjà avoir ne serait-ce que l'intuition dans la salle, ici, la *spectature* est beaucoup plus prégnante. Mais la logique fondamentale reste la même. L'on se confronte directement à la problématique représentationnelle d'une totalité – et de la situation du sujet au sein de cet espace ; il s'agit d'une réduction dédramatisée de l'expérience ordinaire²²³. La question de la « puissance d'agir » est directement reliée à la fois à la problématique de la mémoire et à celle de l'histoire (ici réduite à celle du microgroupe).

La troisième utopie, justement, concerne la manière dont le cinéma numérique réactualise les fondements de l'art de la mémoire. Nous avons déjà, dans un chapitre antérieur analysé ce problème. Nous pouvons néanmoins noter, à partir des remarques précédentes, la manière dont les dispositifs peuvent interroger la difficile articulation entre mémoire et Histoire : il est évident qu'une hypertrophie mémorielle est précisément le pendant dialectique d'une rupture de l'Histoire ; de même, les pérégrinations dans l'espace virtuel impliquent alors une rupture de la narration. Cette situation peut être tout à fait satisfaisante pour un sujet isolé – enraciné alors dans une forme de narcissisme – mais insupportable au niveau collectif. C'est pourquoi la logique de ces dispositifs en sept étapes, selon Dall'Armilina, est la suivante :

« dans un premier temps, tous les éléments doivent être numérisés pour leur possible saisie et leur opérabilité. Deuxièmement, le film numérique « nécessite un matériel de projection spécifique que le dispositif actuel cinématographique ne possède pas, ou pas encore ». Dans le cas de Mémoires flottantes, il est nécessaire d'avoir un ordinateur pour lire le film. « Le dispositif est ainsi, à la manière d'une pièce de théâtre, interprété en direct, chaque soir s'il s'agit de projections cinématographiques, par le programme, c'est-à-dire, par une prolongation artefactuelle de la décision de l'auteur ». Enfin la

²²³ C'est sur ce point qu'on peut remarquer à quel point, pour le sujet, l'expérience esthétique peut donner un aperçu des conditions au mode de production (postmoderne) ; et de s'apercevoir que le postmoderne est un mode de production et non pas seulement une catégorie culturelle spécifique puisque, précisément, la production culturelle prend une place spécifique au sein du mode de production.

variabilité « fait partie intégrante du nouveau dispositif numérique et constitue peut-être sa qualité essentielle. Par elle, le spectacle cinématographique devient comme interprété, ni tout-à-fait le même, ni tout-à-fait autre »²²⁴.

On remarque ici la manière dont est anticipé et mis en exergue le principe sous-jacent du cinéma qu'évoquait Benjamin : le « lever de rideau ». Nous comprenons bien à quel point c'est moins la logique du rapport de l'image à son référent qui est importante que l'image-relation, c'est-à-dire l'actualisation d'un lien (imaginaire comme symbolique), qui est importante ; et elle ne l'était pas moindre (mais tout simplement implicite) à l'époque de Benjamin.

La quatrième utopie concerne plus précisément la logique *d'interface*, c'est-à-dire la constitution d'un dialogue entre le spectateur et l'œuvre. Nous allons surtout nous intéresser à l'utopie synthétisante, qui est ancrée sur une *logique de réseau*, où le cinéma devient un « cinéma connecté », empruntant ici la logique du cerveau-machine – symboliquement comparable à la *logique de flux*, telle que manifestée par les NTIC et *l'Internet*. Il est notable que la dernière utopie qu'évoque Wagon, qui est la synthèse des autres, ressemble aux utopies du *cinéma total*. Cependant, la distinction importante consiste en ce que l'utopie du *cinéma total* était orientée sur une logique de *représentation*, là où désormais nous sommes de plain pied dans un *procès d'actualisation* ; dans la première approche, nous étions dans un leurre de pouvoir se représenter le monde dans sa totalité, dans la deuxième, il s'agit de problématiser l'ensemble des logiques de notre interprétation – l'on y est donc beaucoup plus critique. Ces deux approches constituent des limites, où les projections imaginaires dépassent les possibilités effectives de cinéma. Si le *cinéma total* – dans sa logique représentative - est le pendant spéculaire de l'esthétique visuelle héritée du XIXe siècle, il est manifeste que Benjamin a bien cerné le développement imaginaire tactile que l'on rencontre dans les développements utopiques de Wagon. Nous avons déjà vu, dans un chapitre précédent, quelques présupposés de cet imaginaire ; ainsi pouvons nous nous concentrer sur les propositions plastiques relatives à cet imaginaire.

« Je nomme « cinéma connecté » un cinéma dont les caractéristiques empruntent au réseau. Ce qui ne veut pas dire qu'il dépend d'un réseau impliquant forcément Internet ou d'autres machines Intranet. Dans notre conception, ses connexions dessinent un réseau, qu'elles soient internes ou externes à l'œuvre. Suivant les versions, ces œuvres impliquent un réseau de liens (réels ou imaginaires) entre auteurs, spectateurs et histoires. Ainsi dans le projet Waxweb2 de David Blair, un processus narratif

²²⁴ Ibid., p.192_193

entremêlant images et narrations, télévision, abeilles et langage artificiel. A l'origine, David Blair a conçu le film *Wax or the discovery of television among the bees* « [...] à partir d'unités d'informations déjà reliées entre elles selon un principe hypertextuel et d'associations d'idées. [...] Dès que cela fut techniquement possible », il composa une version pour le réseau, *Waxweb*, devenue la première fiction filmique diffusé sur Internet. Par morceaux, le lecteur sillonne ce méta-film, qui présente plusieurs percées dans la fiction. *Waxweb* se compose de six cent fragments, formant des nœuds, et de courts textes qui en décrivent les quelques deux mille plans. Chaque morceau est représenté par une vignette, qui est une zone sensible, reliée à d'autres. Un clic sur cette zone nous emmène dans un sommaire composé de vues multiples de tous les chapitres (les plans qui sont des entrées dans le film) présentées par des icônes. Chaque icône peut être vue en voisinage d'autres se rapprochant d'elles. Le récit est alors pensé en termes de correspondances et de traversées. Comme un tissage, il se voit diversement suivant les fils narratifs qu'on explore, il est sujet à dérive et à enquête, tant ce film prend des allures de roman policier. L'intrigue et ses formes déborderaient au-delà du récit, par des liens vers d'autres pages et vers d'autres histoires. *Waxweb* est un dispositif de cinéma connecté dans le sens où il a été pensé en terme de liaisons, d'assemblages, d'associations, de connexions et d'intrigues se croisant. »²²⁵

Parce que l'actualisation (c'est-à-dire l'inscription dans le champ symbolique et interprétatif) déborde l'unité de l'objet et de la fiction, l'on peut dire que ces films problématisent la *réminiscence* et *l'intertextualité* – qui serait, ici, *intericonicité*²²⁶. Il s'agit de problématiser le travail à l'œuvre dans le regard : dans le parcours *inter-iconique* que l'on trace entre les films ce crée un rapport entre des discours, un rapport entre des interprétations, qui est aussi le propre du travail interprétatif du spectateur (au niveau esthétique), que le propre du travail du *point de vue* du sujet au sein de l'espace public (donc, au niveau politique). Le dispositif met en exergue ce qui existe de manière implicite dans toute médiation culturelle : *l'interactivité* – propre au dispositif technique – est le pendant spéculaire de *l'intericonicité* et de *l'intertextualité* – propre au registre symbolique (qui est lui-même le pendant spéculaire de la *négociation* et de la *discussion*, propre au registre politique).

Un fois encore, ce dispositif ne tourne pas le dos à l'histoire du cinéma, mais ne fait que radicaliser un principe que d'autres cinéastes ont illustré, dans un registre plus *représentatif*. Wagon propose d'ailleurs une connexion avec *Histoire(s) du Cinéma* de Jean-Luc Godard, lesquelles :

²²⁵ *ibid.*, p.276-277

²²⁶ Nous reprenons là la notion développée par Julia Kristeva, I. Kristeva J., *Semeiotike. Recherches pour une sémanalyse*, Paris, Seuil, 1969

« utilisent les potentialités des techniques analogiques et numériques comme un moyen (médium) pour joindre et rejoindre ces histoires. Le même titre désigne « la série vidéo, d'une durée totale de quatre heures et demie, parue chez Gaumont en VHS en 1998, puis en DVD (son Dolby stéréo) en 2006 ; le livre d'art en quatre volumes publié en 1998 par Gaumont et Gallimard dans la collection Blanche, dont la réédition est prévue en 2006 ; et le coffret de cinq CD audio et quatre livres multilingues produit par Manfred Eicher et édité par ECM Records en 1999. »² Les Histoire(s) du cinéma s'articulent en huit chapitres et s'étalent sur plus d'une dizaine d'années : « 1A, Toutes les histoires » ; « 1B, Une histoire seule » ; « 2A, Seul le cinéma » ; « 2B, Fatale beauté » ; « 3A, La Monnaie de l'absolu » ; « 3B, Une vague nouvelle » ; « 4A, Le contrôle de l'univers » ; et « 4B, Les signes parmi nous ». Moments choisis des Histoire(s) du cinéma (2004) est une compilation de quatre-vingt-quatre minutes commandée par Gaumont pour une distribution en salle.

Les Histoire(s) du cinéma se sont formées selon un ordre non linéaire, « de la façon dont [les] idées naissent comme des étoiles, se rapprochent et s'éloignent les unes des autres, au-delà des étoiles, du désir du passé, naissance du temps [...]»(...)Ces idées en forme de constellation permettent de projeter son imagination, de filer la métaphore, d'élever ses idées hors de soi. »²²⁷

Le problème du travail de Jean-Luc Godard, du fait même qu'il soit représentatif, est qu'il implique en pré-requis une grande connaissance des images qu'il exploite et une posture spectatorielle déjà hautement réflexive. Dès lors, son intérêt est d'être une sorte de « méta-histoire », une histoire de créations de narrations ; mais si nous ne connaissons pas les narrations qu'il cite, nous sommes totalement perdus. Inversement, le dispositif proposé par David Blair est potentiel de narrations et manifeste sans prérequis les connexions symboliques et signifiantes. Godard fait une « méta-histoire » non linéaire, Blair offre un processus de créations narratives.

Nonobstant cela, l'un dans l'autre, la question essentielle est celle du *lien* et de l'usage du *lien*. Mais cette question devient très vite vertigineuse et montre les limites perceptives et intellectuelles du sujet. De la même manière que les développements de *cinéma total*, où la perception ne sait plus englober l'ensemble du donné en une image – et dont on retrouve des pratiques ultérieurement dans l'art vidéo, comme pour alléger le cinéma de ce problème –, les problématiques des *liens* implique une accumulation très importante de données et inscrit le spectateur non plus dans une situation expérientielle (il est dans une situation), mais plus précisément dans une problématique de pensée. Si le spectateur devient pleinement connaisseur de la *généalogie de l'œuvre produite*, il n'en n'est plus spectateur : autrement dit, on passe d'un extrême à un autre. On passe du rêve hitchcockien de contrôle des affects des

²²⁷ *ibid.*, p.278-279

spectateurs au rêve de Bill Viola et de Chris Marker de contrôle de la mémoire, où le réalisateur a le pouvoir de maîtriser la totalité (la mémoire) d'un monde qu'il a élaboré. On passe du rêve des *sense data* à celui de l'homme prothèse, de l'homme appareillé (ou *cyborg*).

Il y a donc deux choses à dire de ce simple renversement. D'une part, il y a une rémanence de la notion d'auteur, qui ferait alors de *l'engineering experientiel* - :

« « Monter » va devenir « écrire un programme software » qui dira à l'ordinateur comment disposer (c'est-à-dire tourner, couper, disposer, effacer) l'information sur le disque, la diffuser dans l'ordre spécifié du temps réel, ou permettre au spectateur d'intervenir »²²⁸

D'autre part, cela signifie que le cinéma, dans sa dominante *spectaculaire*, ne remplace pas le cinéma *pictural* (c'est-à-dire le cinéma d'ordre *représentatif*). Il n'en n'est que le pendant « actualisé ». C'est le passage de l'un à l'autre qui offre une expérience complète et riche où, d'une part, l'on expérimente les procès de symbolisation et d'interprétation (c'est-à-dire les processus d'actualisation) et, d'autre part, l'on peut les appliquer dans notre attention sur des *représentations*.

iv. Les possibilités offertes aux exploitants et la détermination de leur rôle

La notion de flux, la problématique de synchronisation n'est pas seulement un produit des films ou des *faits cinématographiques* ; elles sont de plain-pied dans tout ce qui compose la médiation cinématographique et la pratique cinématographique. Le cinéma, en un sens, exprime ce problème et la pratique cinématographique peut en rendre compte. Cependant, comme dans tout processus discursif – à l'image des perspectives possibles de l'art qu'évoquait Benjamin où, à partir d'éléments identiques, l'on peut tendre vers le démocratique aussi bien que vers le fasciste –, il est impossible de déterminer par avance la manière dont la pratique peut en rendre compte. Ce n'est que dans la manière dont les cinéastes exploitent ces problèmes, que les exploitants valorisent le cinéma, que les critiques et le public interprètent ces discours que la pratique peut ou non dans une perspective politique ou, au contraire, se limiter à la satisfaction esthétique.

Tout le problème consiste dans le fait que l'importance des NTIC au sein de l'infrastructure modifie également les processus de médiation. Pour le dire autrement, si la

²²⁸ Bill Viola, in. Dallet J-M, Guibert T., Curien F., *SLIDERS...*, op.cit.

question du flux est posée par les œuvres d'art et plus précisément par les films, il est évident que cette question intervient également dans la manière dont on constitue une hétérotopie qui comprend l'œuvre en son sein. Nous comprenons dès lors que les modalités de *droit de regard* sont engagées à nouveaux frais.

À ce titre, on voit une nette séparation entre le film et la salle, voire une sorte de désolidarisation entre le *fait filmique* et le *fait cinématographique*. Cela se retrouve de deux manières. D'une part, il y a une multiplication de possibilités d'accès aux films, par le biais de médiateurs autres que la salle de cinéma : *Internet, Pay-per-view, Télévision...* La logique de ces nouveaux médiateurs tend à être orientée par les choix d'un spectateur consommateur. Nous sommes dès lors moins dans un régime de médiation que dans une logique économique élémentaire d'offre et de demande. Le problème que cela implique est double : d'une part, cela laisse accroire que le spectateur fait des choix rationnels et que le propre d'une consommation de produits culturels est de satisfaire un besoin identifiable ; d'autre part, cela a des conséquences sur la pratique cinématographique puisqu'elle semble déterminée par la demande.

Ce problème se retrouve dans l'autre aspect important de la désolidarisation film / salle : il y a une diminution des possibles dans le choix des salles, lesquelles se spécifient toujours plus et tendent à donner à voir une partie de plus en plus restreinte du panorama cinématographique. Ainsi, pour le spectateur, exercer son *droit de regard* implique une démarche réflexive prenant en compte cette séparation : voir un film ne suffit pas, encore faut-il s'interroger sur la pertinence de le voir en salle et, ce faisant, dans laquelle.

Cette question pourrait sembler triviale. Cependant, nous sommes ici au cœur des problèmes qu'avait esquissé Benjamin. En effet, quelle différence y-at'il entre les développements des narrations immersives (et les nouvelles formes de médiation) et l'altération de la conscience générée par les distractions sensorielles qu'évoquait Benjamin ? Tout le problème de l'Art, depuis les théories de Benjamin, consiste dans sa prétention à la totalité, et tout le problème de la médiation consiste à réussir ou non à permettre au sujet de se positionner dans les coordonnées de la totalité.

C'est dire si les anciens acteurs de la médiation ne suffisent plus à évaluer la pertinence d'un choix de film, ne suffisent plus à estimer la teneur possible (virtuelle ?) d'une expérience filmique. C'est dire également si le sujet doit avoir une réflexivité de plus en plus importante, au risque de la totalisation et d'être individué plutôt que sujet.

C'était déjà une remarque qu'avait pointé Cavell à la fin des années 1970, au sujet du public de cinéma qui, témoin d'une toujours plus grande uniformisation du spectacle, devait se singulariser dans son jugement de goût, allant parfois à l'encontre du sens commun. Le sujet, par mesure de sécurité psychique, s'isole en intégrant dans sa propre définition la totalité, il s'in-dividualise.

La désolidarisation film / salle contribue à l'*individuation* du film comme texte interprétable et substituable, transférable et convertissable sur plusieurs supports de diffusions. Si le film devient objet convertible, alors la *singularité* de l'*expérience* tend de plus en plus à être confinée dans le *regard* du spectateur.

Mais il n'en demeure pas moins que pour l'expérience soit signifiante, elle doit s'inscrire dans une logique temporelle et sociale proche de celle du spectateur. Et, dans la difficile *synchronisation dans le flux* – et également parce que les salles tendent à se spécifier au point que le spectateur ne saurait s'identifier au discours de celle-ci – le spectateur s'appuie sur le discours de prescripteurs. Or, les prescriptions ont également été modifiées par le truisme de l'infrastructure : s'il existe encore des prescriptions classiques – critiques, médias, etc. – l'on voit émerger de nombreux nouveaux prescripteurs (notamment par les *blogs*, *Twitter*, ou bien les commentaires). L'on voit d'ailleurs émerger une nouvelle rationalisation des prescriptions : l'*intermédiation*. Il s'agit d'une logique de médiation qui ne s'établit plus dans un rapport vertical entre le prescripteur et le sujet, mais dans un rapport horizontal où les sujets peuvent eux-mêmes participer du discours ; il n'en demeure pas moins qu'il y a toujours un sujet qui contrôle, ou plus précisément, administre, la prescription. Horizontalité relative puisque plusieurs recherches ont montré qu'il y a toujours des rapports de pouvoir qui s'inscrivent dans ces intermédiations.

La désolidarisation du film avec la salle conduit également à une multiplication des *lieux de mémoire*. La mémoire cinématographique n'est pas seulement institutionnalisée par les salles ou les cinémathèques (qui en proposent l'Histoire). La télévision la prend également en charge, de manière relativement complexe, de même le succès des ventes de cassettes et de DVD impliquent une individualisation de la constitution de la mémoire cinématographique. Internet est, à ce titre, un autre lieu de mémoire : que cela soit par les téléchargements ou par les facilités d'achats de films.

Ces deux derniers constats montrent que pour le spectateur, l'articulation problématique histoire / mémoire se retrouve de manière mécanique dans la difficile

articulation *droit de regard / spectature* (dont les deux formes de cinéma donnent des équilibres et des éclairages différents ; ce qui implique une médiation différente).

Si nos références théoriques germaniques s'illustrent par une optique politique précise, les références américaines sont beaucoup plus distancées vis-à-vis de cette difficulté. Cela s'explique du fait qu'ils soient postérieurs et que leurs expériences individuelles sont différentes. De même, les enjeux politiques ont précisément changé. Cavell évoque globalement notre condition sceptique, notre peur de l'expression comme point central explicatif de notre rapport à la culture, au cinéma et à l'art. Ce rapport sceptique est d'autant plus problématisé que, selon Jameson, nous sommes sceptiques vis-à-vis des méta-récits – il n'y a plus de d'idéologie dominante facilitant l'élaboration d'une expérience culturelle articulée à la logique collective – qui serait le produit des conditions de travail et de production du capitalisme tardif (dans lequel la production culturelle n'est qu'un phénomène). En effet, tout cela serait le fruit de la colonisation de la sphère culturelle par une nouvelle conception du capitalisme. Nous parlons de plus en plus *d'économie du don, d'économie collaborative* ; il ne faut pas oublier que si les outils *d'intermédiation* existent, c'est parce qu'ils sont financés par la publicité. Que les parcours sur *Internet* ainsi que le choix des films sont implicitement pilotés par la manière dont certains instruments arrivent à catégoriser l'utilisateur. Ce n'est pas tant un constat alarmiste et paranoïaque qu'une remarque montrant que l'économie a bien pris en charge la demande culturelle et en a fait un marché.

Cependant, ces problématiques ne peuvent être résolues ni simplement par les œuvres, ni simplement par le public. C'est un travail à trois termes qui est nécessaire – l'œuvre, le public et le médiateur – dont aucun des termes ne peut avoir la prétention à la *totalité*. Les effets de totalisation, dans les œuvres, impliquent par exemple nécessairement la présence active de l'utilisateur et/ou se déploie sur plusieurs supports (cf encore une fois *Matrix*). Mais, cette expérience est complexe en ce que la médiation qui, par ailleurs, est nécessaire dans l'articulation avec l'espace et le temps social est cachée ou relayée par de *l'intermédiation* (qui n'a pas forcément – ou manifestement - la réflexivité nécessaire). Il en résulte un risque d'effet *d'auratisation*, ancrée dans des fantasmagories participant d'une *techno-esthétique*, dont les effets esthétiques ne sont que des fonctions sociales compensatoires.

Le médiateur n'est pas seulement un offreur. Par ailleurs, la logique même de l'offre spécifiée et différenciée ne compense pas la problématique *d'auratisation* et/ou d'usage narcissique, bien au contraire. Plus la question tend à glisser vers une articulation actuel /

virtuel au sein de la salle, voire au sein du sujet, plus la médiation doit veiller à maintenir un lien symbolique au sein de la salle ainsi qu'entre le lieu et temps de l'expérience singulière et l'espace et temps social. Le médiateur doit donc opérer à consacrer une signification à l'espace de la médiation, et cela implique également – ce que l'on tend à oublier – de reconsacrer une temporalité politique à cet espace. Ainsi, à défaut de résoudre le problème de l'articulation Histoire / Mémoire, il y a au moins des coordonnées qui sont offertes au sujet.

Le discours doit veiller à maintenir le film comme image dialectique. C'est-à-dire, à la fois *fétiche* (fantasmagorie) et *fossile* (reste visible d'un phénomène originel que l'on peut essayer de comprendre), à la fois comme *image de rêve* (forme potentielle de monde possible) et comme *ruine* (forme dans laquelle apparaît l'image de rêve passée comme décombre du présent, renvoyant ainsi aux éléments de construction démembrés à partir desquels l'élaboration d'un nouvel ordre, ou au moins d'une meilleure compréhension, est possible). Nous le verrons dans les parties suivantes, ce maintien d'antagonismes est très complexe – dans l'espace public, l'on tend généralement à n'insister que sur un des aspects -, tend parfois à une indifférenciation, ce qui est très problématique. Il est d'autant plus difficile – et donc d'autant plus problématique – de faire pareil grand écart que, précisément, la logique culturelle tend à une uniformisation qui occulte les ruines et fossiles au profit d'une esthétisation du passé. Cette esthétisation du passé se retrouve aussi bien dans la manière dont les films exploitent les signes du passé – ce dont parlent beaucoup de théoriciens du postmoderne (Jameson, Jullier...) -, que dans le discours que peuvent tenir nombre d'exploitants sur leur travail (nostalgie de la belle époque des salles du cinéma qui est, par ailleurs, bien souvent fantasmée). Pareille situation est l'expression même d'une perte de pouvoir – économique, esthétique et politique – des salles, qui, inversement, gagnent en image de marque sur le marché (aussi bien au niveau de la pratique – effet de distinction – que de la structure économique – la salle est le moteur d'une économie qui la dépasse).

L'exploitant a donc une fonction absolument nécessaire dans le processus de médiation cinématographique de l'expérience. Il établit un réel *espace critique*. C'est là la dimension politique de sa fonction.

D'autre part, au sein de cet espace, il propose des œuvres qui peuvent, elles aussi, être des espaces critiques. C'est là la dimension politique de la programmation que d'offrir des formes et des conditions *d'aïsthésis* au spectateur problématisant et manifestant son rapport au symbolique et à la sociabilité. Nous voyons bien qu'il existe de nouvelles formes d'expérience esthétique qui problématisent le rapport à la représentation et au symbolique ; il

serait peut-être intéressant que les exploitants les relaient au sein de l'espace culturel et les mettent en relation avec le cinéma d'ordre *représentationnel*. À défaut de les inscrire dans leur exploitation, ils doivent au moins considérer ces approches en ce qu'elles expriment des problématiques esthétiques et politiques contemporaines, et permettent, en sibyllin, de comprendre le rapport complexe que le sujet entretient avec un film, les techniques et la sociabilité.

Conclusion : Du désir vers le conatus...

Nous venons de faire un vaste parcours théorique qu'il est important de résumer et de recontextualiser en vue de définir l'objet premier de notre recherche, à savoir : la définition du métier des exploitants et l'analyse de leurs problématiques métiers. Nous l'envisageons dans une perspective historique et dialectique, là où beaucoup d'analyses se concentrent simplement sur une logique de marché, d'offre et de demande.

Il a donc été nécessaire de rendre compte de la médiation culturelle telle que définie de manière dialectique. Cela permet notamment de concevoir différemment ce qui constitue le spectacle cinématographique – et donc de concevoir différemment ce qui est « valorisé » par la fonction d'exploitant.

Il apparaît que l'idéologie dominante – postmoderne – dénie les questions de l'ordre symbolique. Les NTIC sont, à ce titre, des *pharmakon* : soit elles peuvent conduire à différer encore ces questions et à les prendre en charge, soit, au contraire, elles peuvent être des outils critiques, des sites de distance critique. Le marché semble très bien se satisfaire de la situation où l'on tend à « différer » la question. Il n'en demeure pas moins qu'il s'agit d'une véritable « torpille » pour les exploitants : en effet, ils ne contribuent plus spécialement à valoriser quoi que ce soit, et l'objet même qu'ils semblent valoriser perd de sa valeur.

Cependant, il existe des œuvres qui proposent des critiques de cette utopie techniciste et qui exploitent précisément les NTIC – parfois avec le dispositif cinématographique – afin de problématiser les logiques de représentation, d'inciter à expérimenter les logiques d'interprétation et de sociabilité.

Ces œuvres ne sont pas directement assimilables à la définition « classique et représentative » du cinéma ; elles n'en sont pas totalement séparées non plus. Non seulement, elles s'inscrivent dans l'héritage esthétique et théorique du cinéma – puisqu'elles ne font que renforcer et radicaliser quelques-uns de ses traits -, mais, surtout elles valorisent une dimension du cinéma que l'on tend souvent à occulter : la question de la salle, de l'événement dans une salle et les effets de signification et de sociabilité qui s'y nouent. Or, par définition, c'est cela même la finalité de la médiation culturelle, saisie de manière dialectique, que de relier le singulier et le collectif, confronter le sujet à des représentations imaginaires de

l'exemplarité et d'éprouver la sociabilité. C'est fort de cette expérience qu'il a une posture de sujet au sein de l'espace public.

Insister sur la salle, c'est aussi redonner toute l'importance de la fonction d'exploitant. D'une part, dans sa capacité de rendre compte de problématiques esthétiques, notamment en offrant des formes et des conditions de perception particulières. C'est ici l'aspect programmation de sa fonction. À ce titre, nous verrons dans les prochaines pages qu'il y a plusieurs manières d'engager la question de la programmation. D'autre part, dans sa capacité d'offrir un discours et un espace critique pour le sujet, un espace de sociabilité ; c'est plus précisément l'aspect animation, l'aspect médiation de l'exploitant. Cependant, cela implique justement, l'ouverture de la problématique à la question de l'institutionnalisation du cinéma, à la question de l'inscription des pratiques cinématographiques et du discours de l'exploitant au sein de l'espace public, ce qui fera l'objet de la deuxième partie.

Pour l'heure, nous insisterons beaucoup plus sur les problématiques spécifiquement esthétiques, même si l'on ne doit jamais perdre de vue les problématiques politiques.

A. Résumé du problème de la médiation culturelle à l'heure de l'idéologie postmoderne

Les théories de Benjamin se situent approximativement à une époque de transition de logique de médiation culturelle ; cela explique d'ailleurs le ton prophétique que l'on retrouve souvent dans ses textes (par exemple, l'esthétique « tactile », chez Benjamin, n'est pas encore institutionnalisée, elle est encore à venir ; de même, laisse-t-il souvent entendre la « venue d'un prophète » – bien que celui-ci ne soit pas mystique). En effet, le traumatisme de la deuxième guerre mondiale va conduire à l'élaboration de nouvelles utopies et d'une autre structuration de la médiation culturelle : il s'agit de reconnaître, au niveau politique, l'importance sociale du fait culturel. La culture constitue alors

« le mode d'expression d'un espoir politique nouveau dans de nouvelles structures, dans de nouveaux États, dans de nouvelles logiques politiques. La politique culturelle représente, au lendemain de la

deuxième guerre mondiale et du nazisme, un mode privilégié d'expression et de représentation pour l'idéal politique à construire »²²⁹.

Une autre « utopie » a également fait son apparition, progressivement : celle du *réseau* et de la *société de l'information*. Celle-ci ne serait peut-être qu'une sorte de radicalisation de l'utopie d'après-guerre : les NTIC permettraient de révolutionner la civilisation en substituant à la « société industrielle » - qui est hiérarchisée et bureaucratisée, violente, livrée au hasard et à la désorganisation -, une société « postmoderne » plus « égalitaire », plus « démocratique » et plus « prospère »²³⁰. C'est que l'on diffère la problématique symbolique, en la déléguant à la capacité technique des machines et du *réseau* de réguler, d'aplanir ces relations de pouvoir ; c'est évidemment faire l'impasse sur les logiques propres au symbolique. Cette utopie – à la fois comme espoir, mais également comme visée absolument impossible - s'établit sur un nouveau paradigme social qui se substituerait à la masse : le *paradigme informationnel*²³¹. Ce paradigme, depuis les années 1940, a commencé à se disséminer dans l'automatique, l'informatique et l'Intelligence Artificielle, la biologie et la génétique, les sciences humaines et sociales, impliquées depuis le début dans l'opération, la philosophie et la psychanalyse, les sciences de la communication et le monde des médias, le champ des idées politiques. Elle avait comme nom « révolution cybernétique » dans les années 1950, puis « révolution de l'informatique » dans les années 1970 ; elle se caractérise désormais dans l'utopie *d'Internet* et dans la *convergence numérique*. L'objet de ce culte est défini par Philippe Breton de la manière suivante :

« Le point de départ est le partage d'une vision commune. Cette vision est celle d'un monde idéal qui serait tout entier forme, comportement, information, message, communication, un monde fait d'éléments toujours en mouvement, en échange, en interaction. Ce culte est tout entier une pensée de la relation. Dans un tel monde, tout serait pure communication. »²³²

Dans cette logique, ce qui apparaissait auparavant comme éléments de la *superstructure* – comme la connaissances, les informations, les données – deviennent précisément des éléments *infrastructurels*. Et si l'on parle souvent de *dématérialisation*, c'est précisément parce qu'il existe toute une richesse immatérielle exploitable. C'est pourquoi l'on parle de plus en plus de *capital immatériel*, de *société du savoir*.

²²⁹ Lamizet B., op.cit., p.23

²³⁰ Breton P., *Le culte de l'Internet*, Paris, La Découverte, 2000.

²³¹ Breton P. *L'Utopie de la communication*, Paris, La Découverte, Poche/essais, 1997.

²³² Breton P., *le Culte de l'Internet*, op.cit., p.8

Cela apparaît, à première vue, comme la radicalisation du constat de Benjamin. On peut tout à fait spéculer sur de l'immatériel, puisque cela paraît comme la seule chose directement objectivable. De même, le sujet tel que conçu par Benjamin se caractérise essentiellement par des réseaux de signification ; l'utopie des réseaux ne serait que la mise en place de dispositifs qui rendraient pragmatique ce qui, chez Benjamin, restait encore théorique. Mais, pour cela, il convient d'envisager les problématiques sous l'angle dialectique – et, notamment, d'inscrire les usages propres aux NTIC et à *Internet* dans la continuité des problématiques propres à l'espace public et à la culture. Le cas échéant, cette utopie ne serait qu'une forme de régression vers la logique kantienne de sens commun où les sujets seraient absolument individuels et où la cohésion sociale et signifiante serait presque exclusivement déterminée par la capacité d'avoir et de traiter des informations.

Nous pouvons constater que nous sommes précisément à une période charnière, où deux conceptions cohabitent – plus précisément, à une époque où la médiation culturelle, telle que définie par Bernard Lamizet, tend à être évincée par des logiques *a-dialectiques*, notamment à travers la domination de l'idéologie postmoderne. C'est à ce titre qu'il faut reprendre le geste de Benjamin et remarquer ce qui se gagne et ce qui se perd actuellement afin de pouvoir qualifier et évaluer la situation charnière. Nous sommes témoins d'un progressif morcellement de l'espace public et de la disparition des formes monumentales du politique ; inversement, nous voyons émerger de nouvelles formes de *réseau de sociabilité* – dont plusieurs travaux ont décelé des rationalités très précises -, une attention accentuée à la quotidienneté et à une nouvelle logique de spatialité sur les réseaux.

Loin d'être reproduite dans la quotidienneté et dans les réseaux, la logique culturelle industrielle de quatrième génération qu'évoque Bernard Lamizet y est relativement critiquée. Relativement critiquée, parce que les institutions présentes dans l'espace public ont une très forte visibilité dans ces *réseaux*. La logique n'en n'est pas moins critiquée, à travers la multiplication et la dissémination des hétérotopies. L'espace hétérotopique de la salle de cinéma, l'expérience esthétique ainsi que les problématiques liées au corps sont des lieux de « braconnage ». cependant, tout le problème du « braconnage », c'est qu'elle est une notion, et un usage, non-dialectique ; une simple confrontation, un refus, là où il faut penser la relation signifiante ; c'est plus une affirmation contre un système, qu'une volonté de négocier et de construire une sociabilité.

C'est d'ailleurs à ce titre que ces « utopies » trouvent précisément leurs limites : elles ne sont pas séparées de l'espace public, mais n'en sont qu'un reflet. En effet, loin d'être totalement

séparées de l'espace public, ces utopies appellent à être *synchronisées* avec la temporalité sociale. Cette *synchronisation* est loin d'être évidente, et c'est ce que problématise notamment *l'interactivité* en art et du rôle des *interfaces sensorielles* dans la création et la communication donne ainsi bonne place au rôle du corps, de la subjectivité individuelle, et à défaut d'impliquer un phénomène de rejet de la matière, ces pratiques impliquent des processus de matérialisation et des formes de néo- matérialité. En effet, si ceux-ci engagent de nouvelles formes de procès de subjectivation, de reformulation des réalités, des corporéités et des matérialités, ils engagent également des échanges, des liens, des processus et des objets inédits, qui vont à l'encontre d'une réduction informationnelle de l'individu.

Si des auteurs comme Breton entrevoient les changements paradigmatiques comme dangereux, c'est parce qu'ils les jugent à l'aune du paradigme antérieur. Or, la problématique culturelle du sujet contemporain, bien qu'elle soit dans la poursuite de son prédécesseur, n'est plus comparable ; du moins pas au niveau imaginaire. À la masse s'est substituée la figure du *cyborg* et à la problématique de l'acquisition de biens à l'ère de la reproductibilité technique s'est substituée la problématique de *l'accès* à la culture et la problématique *d'actualisation de l'expérience*. Fondamentalement, le problème de l'idéologie du postmoderne consiste à croire que, parce que les conditions de perception changent, la question du symbolique n'a plus lieu d'être ; inversement, le problème de l'idéologie de Breton consiste à dénier tout espace critique, toute continuité, entre les dispositifs contemporains et les enjeux de reconnaissance symbolique. Ni l'un ni l'autre n'a raison : il y a continuité, mais elle se situe et s'exprime de manière différente.

C'est le propre de l'art que de donner des expériences et des représentations de ces facettes du symbolique et de la sociabilité. C'est le propre du médiateur que de les comprendre et de les inscrire dans un espace hétérotopique, un espace critique, permettant, précisément, au spectateur de faire une expérience distanciée, engageant à la fois la question de la subjectivation, de l'interprétation, mais aussi de la sociabilité.

B. Les problématiques esthétiques du flux : à travers les usages des dispositifs on peut problématiser la disposition des sujets et des objets

Les formes esthétiques qui se portent sur le flux et sur le virtuel oscillent entre représentations du problème tel que perceptible à travers l'optique postmoderne, et mises en

place de cadre d'expérimentation, de processus d'expérimentations, qui permettent à la fois de faire la critique des représentations postmodernes et de s'inscrire – d'une façon nouvelle – dans le régime symbolique et de sociabilité. Pour le dire autrement, dans le régime de représentation qui se confronte à la question du flux, à travers les nouvelles formes imaginaires, il y a une tension entre un rapport critique et un rapport inscrit dans l'idéologie romantique. Parallèlement, nous voyons émerger de nouveaux emplois des techniques qui visent à problématiser la relation que l'on entretient avec la technique, son imaginaire et offrent d'autres expérimentations du symbolique et de la sociabilité.

Ainsi, à travers la problématisation de *l'aïsthésis* et de la représentation imaginaire du « partage contemporain et technique du sensible », la question du symbolique, des capacités de perception et d'interprétation, ainsi que la question de sociabilité, sont directement engagées sur le (corps du) sujet. Reste à définir ce sujet : est-il individu appareillé, *cyborg* (c'est-à-dire individu qui connaît les logiques institutionnelles et de pouvoir et qui a intégré la technique) ou reste-t-il sujet ?

L'on remarque ainsi, par exemple, la figure du *cyborg* à travers diverses expérimentations des NTIC ainsi qu'esthétiques, qui portent sur la matérialité ainsi que d'autres qui problématisent le virtuel. Des films, des installations, des jeux vidéos, des dispositifs numériques, inversement, proposent l'expérience de sociétés multidimensionnelles, partagées entre la *réalité* (actualisée) et le *virtuel*, où la temporalité et les relations interpersonnelles sont médiatées par le cyberspace. Cet agent de médiation apparaît dans ces espaces utopiques comme l'équivalent de l'argent et du capital dans l'espace public – c'est-à-dire comme « réfrants » de l'ordre symbolique et de l'ordre des relations de sociabilité. Le film *Existenz* de David Cronenberg et *Avalon* Mamoru Oshii (2001) en sont de bons exemples : le jeu global dans lesquels se situent les protagonistes du film de Cronenberg se nomme « TranscendenZ » ; comme si l'espace numérique était animé par un élément indépendant de l'espace public, permettant une conscience élargie. Dans ces deux films, le monde virtuel est hétérotopie, *ek-stase*²³³ :

« Dans *Avalon* – qui met en scène une société dont les membres vivent à la fois dans le réel et dans un jeu de *Réalité virtuelle* appelé *Avalon* -, les personnages fictionnels composent entre leur identité réelle et l'identité située que recquiert l'espace ludique virtuel. Une subtile spécularité permet en effet au

²³³ Morignat V., Hypervision et métacorps dans *Avalon* de Mamoru Oshii, notes de cours disponibles sur http://www.valeriemorignat.net/telechargements/avalon_morignat_hypervision.pdf, consulté le 10 novembre 2010

spectateur d'Avalon de saisir ces glissements identitaires et topologiques : lorsqu'elle interagit avec le programme de jeu virtuel, Ash, l'héroïne d'Oshii, incorpore une doublure informationnelle qui filtre ses perceptions. La lumière des tubes cathodiques qui irradie la peau, les lignes de codes qui se reflètent dans les pupilles, doublent progressivement Ash d'une corporéité virtuelle qui nous installe dans une vision cyberorganique du monde »²³⁴.

Cette vision que Valérie Morignat appelle « cyberorganique » oscille entre action et perception. Si l'action était déjà prise en compte chez Benjamin, il s'agissait finalement d'un résultat signifiant de l'interprétation ; ici, il s'agit de participer à l'élaboration de la diégèse et les exemples les plus manifestes sont ceux des jeux-vidéos ainsi que le cinéma interactif.

Lev Manovich, que cite fréquemment Morignat, qualifie ce nouveau mode de narration incluant la participation du spectateur le « métaréalisme » : il s'agit d'une mécanique de glissements permanents entre l'illusion et la suspension de l'illusion, et si cette mécanique existait déjà au sein de la narration et de la description, présentement c'est une logique exploratoire qui est invitée. Les conventions ne sont pas exactement les mêmes que celles du pur ordre de représentation : priment la segmentation, la recherche de datas, et l'hyperliaison. Il s'agit en somme de construire un parcours au sein de l'hyper-réalité, c'est-à-dire une réalité autre, une sorte d'hétérotopie, dont on essaie de comprendre les règles, ou plutôt, les logiques de programme ; c'est ainsi que l'on acquiert une sorte de corporéité virtuelle. À ce titre, il y a une différence notable entre la photographie et l'image numérique : la photographie a un rapport ambigu au *ça-a-été*, c'est-à-dire apparaît comme un indice de l'actuel, inversement, l'image numérique refuse tout rapport à un quelconque réel et se manifeste comme relevant de l'imaginaire, s'expose comme potentiel, comme virtuel, comme source d'événements à venir²³⁵.

Ces expériences plus ou moins ludiques, parfois plus ou moins inquiétantes, sont des expressions (déplacées, décalées) des problématiques symboliques et de sociabilité. Leur caractère plaisant ou inquiétant dépend de la plus ou moins grande inscription de ces dispositifs dans la logique symbolique. La technique, l'imaginaire de la technique et du flux, ne sont que des expressions de notre rapport symbolique au monde. Ils définissent un cadre symbolique d'existence, l'espace de vie (mode de production) qui a un caractère de radicale altérité qu'il faut domestiquer ; la Nature l'était pour les modernes, mais elle est apparue comme circonscrite et domestiquée par *l'homo faber*, inversement les dispositifs technologiques, la culture sont apparus comme des espaces de potentiels, des espaces de

²³⁴ Morignat V., « Environnement virtuel et Cinéma interactif », cité in. Hypervision et métacorps, op.cit.

²³⁵ Manovich L., *The language of new media*, MIT Press, Boston, 2001 cité in. Morignat V., op.cit.

développements virtuels qui leur offrent ce statut *d'unheimlichkeit* – pour reprendre l'expression de Freud – c'est-à-dire d'étrangeté à entendre comme *non-familiarité*. Il est important de traduire *unheimlichkeit* de manière littérale, parce que cela signifie qu'il y a une part d'étrangeté dans les phénomènes qui pourraient normalement appartenir à l'ordinaire.

Ainsi, les dispositifs techniques, la structuration de la culture participent à la fois du banal, du quotidien, mais également de l'étrange. Ce qui veut dire que dans l'expérience contemporaine, dans l'expérience du *cyborg*, se trame tout un espace virtuel – qui peut être source d'émancipation comme d'angoisse – en parallèle de son expérience de l'actuel, du quotidien. Il n'est cependant angoissant qu'aussi longtemps que l'on dénie le rapport au symbolique, qu'aussi longtemps que l'on refuse d'entrevoir les rapports dialectiques et que, au contraire, on défend une conception individuelle du sujet, comme Ego transcendant, proche des conceptions dix-neuviémistes et romantiques.

Un bon exemple d'expérimentation de cette problématique se retrouve notamment dans les travaux de « cinéma sonore » d'Émilie Grenier²³⁶. Ce travail porte précisément sur les dimensions virtuelles et leurs relations avec l'expérience de l'actuel. Le dispositif du projet *Dérives* (2006) par exemple consiste à insérer dans une écharpe des écouteurs qui modifie la narration selon les mouvements du sujet. Sont engagés alors des expériences sensorielles tactiles, auditives et visuelles qui inscrivent un autre niveau de réalité dans l'expérience de l'actuel. De même le dispositif *vicinity songs* (2007), qui est une application de portable, raconte les pensées qu'une femme a lors d'un trajet de métro, ainsi que les réflexions d'un homme sur ses routines ; les pensées, qui constituent l'environnement sonore de l'expérience du spectateur, sont modifiées selon la situation géographique et le comportement de l'auditeur. Ce qu'elle problématise, c'est l'appropriation réelle de la fiction, du « film » par le corps du spectateur. Loin de montrer la technique comme système autre qui serait inquiétant, au contraire, ce dispositif rend compte de l'articulation du désir (subjectivité et corps) et du savoir (culture et médiation symbolique).

C'est dire, donc, si les nouveaux dispositifs proposent, eux aussi, des espaces critiques, et ce, sans jamais tourner le dos à l'histoire de l'art et à l'histoire du cinéma. C'est donc moins un conflit entre deux formes de technologies – par exemple les NTIC et le cinéma – dont nous sommes témoins actuellement, suite à la « torpille numérique », qu'un conflit *épistémique* au sein des nouvelles formes de représentation. Dans ce conflit épistémique, les acteurs de deux

²³⁶ <http://commedesmachines.com/>

<http://www.pmstudio.co.uk/news/2011/03/02/an-introduction-we-are-forests>

« parties » ne doivent pas être définis en fonction de leur activité, de la technique qu'ils exploitent, mais en fonction de leur discours, du « partage du sensible » qu'ils défendent - et de la définition du sujet, du symbolique et de la sociabilité coextensives de ce « partage du sensible ». Il y aurait, d'une part, une approche qui reste déterminée par une conception romantique, et qui critiquerait les nouvelles formes de représentations et de rapport technique, en ce qu'elles sont problématiques pour un individu qui devrait être pleinement rationnel et puissant ; il y aurait, d'autre part, des approches beaucoup plus dialectiques, qui exploitent les nouvelles techniques (ou, pour ceux qui travaillent précisément dans le régime de représentation, qui offrent des représentations de l'imaginaire technique) pour révéler, pour insister sur des traits qui existaient antérieurement. Il est, à ce titre, intéressant de pointer que le problème de l'idéologie postmoderne implique un déni de la question du symbolique, qui est différée vers la technique, et elle se pose comme « évidence », dans le déni total de l'Histoire et de l'historicité, comme « fin de l'Histoire » ; les œuvres qui s'inscrivent (parfois malgré elles) dans cette idéologie ont un rapport conflictuel au passé, là où la deuxième approche l'inscrit dans le processus, ne serait-ce qu'en s'inscrivant dans une Histoire de l'Art.

Si nous défendons cette deuxième approche, il convient de montrer les limites de la première. Elle se manifeste notamment, au cinéma et en architecture, à travers une tendance au *pastiche*²³⁷, c'est-à-dire une exploitation purement formelle d'éléments exploités dans le passé et qui créent un simulacre de passé (c'est-à-dire une actualisation restrictive du passé). L'historicisme architectural ainsi que les divers procédés stylistiques du cinéma postmoderne (et principalement celui qui recrée un passé) établit un actuel transformé en pure image de lui-même. Les images que créent les architectures ainsi que de nombreux films – qui jouent encore sur le pseudo caractère indiciel de l'image – apparaissent comme une subversion de la nostalgie moderne, dont les célèbres parcours de Benjamin dans Paris en sont des exemples paradigmatiques. Le passé n'y est montré qu'au travers des attributs de mode, c'est-à-dire de formes d'actualités telle qu'on l'a perçoit actuellement²³⁸. Le rapport au passé n'est alors pas tant un rapport d'héritage et de continuation qu'une colonisation du présent dans les représentations du passé. Pour le dire autrement, une manière d'envisager le passé selon les codes du présent, en une sorte de causalisme où le passé est une forme encore inaboutie et naïve de présent. Et Jameson de conclure :

« C'est ainsi que la production culturelle se trouve ramenée dans un espace mental qui n'est plus celui

²³⁷ Jameson F., *Le postmoderne...*, op.cit.

Jullier L., *L'écran postmoderne, un cinéma de l'allusion et du feu d'artifice*, Paris, L'Harmattan, 1997

²³⁸ Jameson F., *Le postmoderne...*, op.cit. .

du vieux sujet monadique mais plutôt celui d'un « esprit objectif » collectif dégradé : il ne peut plus regarder directement un monde réel putatif, une reconstruction d'un passé historique qui fut autrefois un présent ; au contraire, comme dans la caverne de Platon, il doit dessiner nos images mentales de ce passé sur les murs qui le confinent »²³⁹.

Cela pose (de nouvelles formes de) problème pour le sujet. Il devient difficile d'organiser la temporalité dans une expérience cohérente ; or, l'identité personnelle est le produit d'une unification temporelle du passé et du futur avec le présent du sujet. L'aspect problématique de cette rupture de temporalité contribue à une tendance à ce que Jameson nomme la *textualité schizophrène*. La *schizophrénie*, chez Lacan, est une rupture dans la chaîne signifiante – situation problématique dans le sens où le signifié n'émerge que du rapport entre différents signifiants. Il y aurait alors une tendance à l'expérience de signifiants matériels purs, c'est-à-dire de purs présents sans liens entre eux ; le sujet n'est plus en distanciation vis-à-vis des signes qu'il reçoit et, au contraire, se trouve englouti dans les effets qu'ont sur lui les pouvoirs signifiants matériels. C'est précisément ce que visent l'hyperréalisme, mais également de nombreuses installations vidéos : le monde réel est transformé en images dont le réalisme de la toile hyperréaliste est le simulacre ; les dispositifs empêchent d'avoir une vue d'ensemble de l'œuvre.

Le rapport esthétique – qui est expérimentation d'un rapport de conscience au monde voire d'un rapport éthique au monde – change radicalement par rapport à la conception classique : si l'on cherchait l'unité organique d'une œuvre, c'est-à-dire qu'on développait une lecture unifiante, cette nouvelle conception vise au contraire une lecture par différenciation, en donnant à voir un bric à brac décousu. Pareille expérience vise avant tout l'affect du sujet. Elle peut être extrêmement euphorisante comme angoissante selon les cas.

Le versant pessimiste de cette situation a notamment été traité par Jameson dans son ouvrage *La totalité comme complot*²⁴⁰. En effet, la grande difficulté dans la mobilisation de l'expérience et dans son inscription dans un espace et un temps historique consiste à être capable d'établir une sorte de « cartographie cognitive », c'est-à-dire délimiter un espace et un temps où se déploie l'expérience.

L'expression de Jameson est ambiguë parce qu'elle laisse croire que l'on ne parle que de connaissance ; au contraire, dans cette problématique se retrouve aussi celle de la reconnaissance. C'est un problème de sujet d'un espace culturel où la technique et la culture deviennent une figure d'altérité à domestiquer. Si le cinéma est apparu comme une forme qui

²³⁹ *ibid.*, p.67

²⁴⁰ Jameson F., *La totalité comme complot...*, op.cit.

exprime précisément le versant pessimiste, c'est parce que son dispositif peut être apparenté à ce que Foucault – et, à sa suite, Deleuze – appelait un *dispositif de contrôle*. Il y a d'ailleurs un nombre important de films qui traitent de la paranoïa et du complot. Ces expressions évoluent au fil des problématiques culturelles et Jameson indique une évolution des structures du complot : des figures typées du détective et du comploteur dont la réversibilité – dans une circularité efficace - devient le propos de l'œuvre, nous sommes passés, au contraire, à une logique de l'imperfection du complot comme structure médiatrice et surtout à une logique où il y a incommensurabilité entre le récit du sujet (encore souvent un journaliste ou un détective) et le récit portant sur l'assassin et la victime.

C'est que le propre de la *totalité* est d'être inassignable, impossible à synthétiser en une représentation ; le véritable problème auxquels se confrontent les films contemporains du complot n'est plus une rivalité entre les deux personnages, mais bien le contexte global, irréprésentable et décentré de cette rivalité. Cependant, cette totalité étant irréprésentable – une sorte de sublime contemporain – les représentations que les cinéastes en font échouent. C'est que l'on ne pense jamais le rapport symbolique, le rapport de sociabilité que de manière causaliste (la *totalité* serait alors cette grande chaîne causale) – où les sujets seraient déterminés, sans modalité d'action -, là où il convient de penser en système symbolique de sociabilité, où tous les éléments participent de la construction et de la reproduction d'une logique. Ainsi, en détruisant les logiques symboliques telles qu'exprimées dans l'Histoire, les représentations postmodernes se sont engoncées dans l'idéologie romantique et deviennent inquiètes et inquiétantes parce que, loin de chercher des conditions et des représentations de possibilités de sociabilité et de vie commune, loin de présenter la discussion et les représentations intertextuelles comme forces de production et de négociation de l'appartenance, ils renvoient ces forces à un « système occulte » et causaliste (la *totalité*).

C'est là toute la difficulté de cerner où doit se situer la critique et comment se construit le discours critique. S'il est nécessaire d'établir des distances critiques vis-à-vis des logiques symboliques – afin de faire la critique de l'idéologie qui la soutient -, il est absolument dangereux (et inutile) de les rejeter totalement puisque, in fine, il s'agit d'élaborer un régime de sociabilité, un ordre symbolique qui soit le plus élargi possible, le plus « compréhensif » - c'est-à-dire le plus intégrateur et compréhensible, où le plus de sujets peuvent appartenir.

Les expériences que nous propose Émilie Grenier, par exemple, ne sont pas intéressantes parce qu'elles rongent l'unité de la narration en insistant sur le réel de la « réception » : elles sont intéressantes parce qu'elles pointent précisément la nécessaire articulation entre le réel et le symbolique, parce qu'elles pointent l'importance symbolique de *l'intertextualité* et de

l'intericonicité. Et si tout usage de ses dispositifs est contingentés, relativisés par le spectateur, cela ne veut pas dire pour autant qu'il y a une relativité absolue : bien au contraire, ce qui devient intéressant, c'est de réexpérimenter ou d'échanger avec d'autres usagers de l'expérience ; bref, de saisir notre expérience, notre *regard*, dans un espace de sociabilité, d'échange de *points de vue*.

Nous voyons là une ouverture de l'expérience que la plupart des représentations postmodernes occultent et empêchent totalement : par exemple, dans le cinéma de Cronenberg où, manifestement, le cercle narratif est clôt sur lui-même et l'on ne peut rien dire, entre spectateurs, d'autre qu'il s'agit d'un onde fermé, un monde d'illusions, dans lequel nous sommes peut-être inscrits.

C. Vers un nouvel ordonnancement de l'œuvre, du spectateur et de la logique de sociabilité

De manière générale, la valeur objectale de l'œuvre disparaît au profit d'une *mutabilité de l'événement*²⁴¹ (et cela de manière évidente dans le cinéma *spectacle*, et, par le truisme de la médiation au sein du cinéma *pictural*). Dans les créations qui exploitent les NTIC, *l'événement* est le produit d'un dialogue entre l'organique et l'inorganique ; ce que l'on qualifiait usuellement d'œuvre, que l'on jugerait, ne serait que l'espèce d'espace intermédiaire, interface, milieu de propositions d'actions possibles. Mais cela peut tout à fait s'ouvrir à toute forme d'expérience esthétique : c'est justement le rapport d'expression / interprétation, et l'articulation virtuel / actuel, que l'on retrouve exprimés, dans l'imaginaire organique/machinique.

Ce n'est donc plus tant un objet de représentation que nous jugeons que les propensions de dilatation du temps et des fluidités structurales qu'un espace permet. En quelque sorte, l'expérience esthétique consiste à se structurer autant que faire se peut aux processus générés par le désir du spectateur au sein d'une réalité qui se propose à lui. Ce sont les potentiels virtuels qui se trouvent alors exprimés au sein de l'espace spéculaire du virtuel. C'est l'épreuve du symbolique et de la sociabilité, saisies par un *point de vue* donné à un moment donné et un lieu donné. Toute la difficulté consiste à réinscrire cette expérience – qui est

²⁴¹ Morignat V., « Environnements virtuels et nouvelles stratégies actantielles », in *Arts de la scène, scène des arts, Vol. III, Formes hybrides : vers de nouvelles identités*, textes réunis par L.Boucris et M.Freydefont, *Études théâtrales n°30*, Ecole d'Architecture de Nantes - Centre d'études théâtrales de Louvain, 2004.

expression des possibilités infinies du désir et de la mémoire - au sein de l'espace public, à la réarticuler avec la temporalité sociale.

C'est cette difficile articulation qu'interroge Valérie Morignat dans les termes suivants :

« Mais l'élaboration de soi rencontre-t-elle son accomplissement dans cette capitalisation informationnelle des signes de la vie naturelle ²⁴²? Ou n'est-elle que la répétition aliénante, sans œuvre, de la substitution d'une image de soi par la foule des suivantes ? »²⁴³.

L'on serait tenté d'opter pour la deuxième option si les formes d'interactions ne s'établissaient que sur des investissements de *l'avatar* comme corps symbolique. Or, il apparaît que les dispositifs travaillent également à un « appareillage » du corps du spectateur ; à la figure symbolique de *l'avatar* se substitue l'appareillage (c'est-à-dire la saisie institutionnelle et technique) du sujet-*cyborg* et aux logiques de représentation se substituent les logiques d'interaction, d'interrelation entre l'actuel et le virtuel. La figure de *l'avatar* n'a de consistance que dans une expérience plus large du sujet et intègre à la fois la question de la temporalité sociale et individuelle. Il s'agit d'une autre manière (dont l'imaginaire est historiquement déterminé) de pointer le rapport complexe que l'on entretient avec le symbolique, et notamment par le symbolique tel qu'il est manifesté dans l'espace public. Car la question de l'articulation entre expérience singulière et temporalité ne se pose pas uniquement après l'expérience ; elle est toujours présente, avant, pendant et après l'expérience. (C'est à ce titre que notre réflexion sur le cinéma et sur l'exploitant de cinéma passera nécessairement par l'articulation à l'espace public, que nous faisons, en deuxième partie, une analyse de l'espace public cinématographique et des incidences de son discours sur les logiques de médiations)

Toutes ces perspectives artistiques, aussi bien cinématographiques que plastiques, ces recherches en architecture comme dans les réalités virtuelles, posent très précisément la question de l'individualité, de la singularité et du corps. Cela est le symptôme d'une synchronisation devenue presque impossible avec la temporalité sociale et la perte de repère d'un objectif commun ; pis, une perte de *sens commun*. Ils apparaissent alors comme autant d'expérimentations possibles d'éléments sur lesquels on peut agir, des éléments

²⁴² Elle interroge précisément le système *Second Life* et sa sémiotique : pour prendre corps au sein de cet espace, nous devenons structurer le physique et le comportement de notre avatar. Ainsi, au sein de l'espace virtuel – qui ne veut pas dire inactuel – il y a une part de reproduction des normes de l'espace public et de l'actuel. Ce sont même les possibilités de subversion de ces normes qui participent de la promotion – *Your world, your imagination* - de cet espace.

²⁴³ Morignat V., « Hypervivants », in. *Adolescence*, « Avatars et mondes virtuels », n°69, Tisseron S. (dir.), PUF, 2009

domesticables et, surtout, systématisables. Il s'agit dès lors de domestiquer les dispositifs. *L'Internet*, les NTIC en sont des exemples, à la fois outils et lieux d'expérimentation.

La problématique de cette domestication est alors dans l'articulation entre mémoire et histoire, entre temporalité du sujet et temporalité sociale. Entre ces deux formes de temporalités, qui participent de l'actuel, apparaît un troisième terme : le virtuel. Le virtuel n'est pas l'inactuel. L'on remarque de nouvelles formes de mise en scène cinématographique dans la poursuite des travaux intermédiaires des jeux vidéos et de l'informatique. Plus qu'un simple effet de mode, nous voyons émerger une autre facette possible du spectacle cinématographique.

Cette autre facette se retrouve également dans la manière dont on met en scène les salles de cinéma ainsi que les jugements esthétiques des critiques à l'égard du cinéma en général et des films en particulier.

Cet ensemble peut être problématisé sous l'angle de la dialectique actuel/virtuel. Loin de se substituer à la dialectique singulier / collectif, le rapport actuel / virtuel s'y appose et donne d'autres déterminations à la dialectique fondamentale.

Il est important de se porter sur ces questions parce que précisément nous allons y voir les freins à la relation entre esthétique et morale. La relation actuel / virtuel aux œuvres esthétiques sont peut-être en deçà d'une relation *morale*. C'est sur ce point précis que s'exprime la problématique de la médiation culturelle à l'ère du flux. C'est également sur ce point précis que l'on retrouve un équivalent aux perspectives qu'avait trouvées Benjamin à l'ère de la reproductibilité technique à savoir : l'esthétisation du politique ou la politisation de l'art. La question n'est pas de juger quelque chose au nom d'une norme, mais de définir une norme commune qui aurait un intérêt aussi longtemps qu'elle produit de la sociabilité. Mais avant de s'engager dans ce nœud problématique, en nous appuyant explicitement sur le cinéma, il convient de déterminer ce que nous entendons par articulation problématique entre histoire et mémoire.

L'Histoire est la représentation politique et culturelle de la temporalité de la société. Nous avons vu, avec Kant, que la Modernité apparaît dans une conception toute nouvelle de l'historicité, qui se définit en relation dialectique avec la notion d'événements – chez les Lumières, cela caractérisait la révolution. La temporalité sociale se développait par bonds et par stabilisation : c'est-à-dire que des éléments ou événements contribuaient à un véritable saut qualitatif, un progrès, qui devait ensuite être imprégné dans toute la société ; ces bonds pouvaient être spectaculaires, mais des penseurs comme Kant (et l'ensemble des penseurs allemands) préféraient une pensée procédant par réformes. Il est apparu au cours du XIXe et

du XXe siècle deux effets de réel qui ont porté atteinte à une approche téléologique du progrès : d'une part, la technique, loin de contribuer de soi au bien-être de l'humain, apparaît comme une deuxième nature, un élément à domestiquer, ce qui signifie que la sphère même de quotidienneté, dans laquelle se trouvent ces éléments est, en soi, à domestiquer ; les utopies politiques, dans lesquelles s'inscrivent les logiques de politique culturelle de quatrième génération, ont échoué, et la globalisation apparaît comme une illustration des craintes qu'a dessinés Benjamin dans son article inachevé « le capitalisme comme religion », qui n'est rien d'autre qu'un affaissement de la superstructure dans l'infrastructure suite à la sécularisation, a conduit à une traduction de l'idéologie protestante dans les termes infrastructuraux²⁴⁴. Nous pouvons émettre l'hypothèse que l'intuition de Benjamin – puisque le texte ne sera jamais achevé – consiste à voir dans la structuration du capitalisme un processus où l'accumulation de moyens devient sa propre finalité ; c'est pourquoi il reprend la célèbre analyse de Max Weber²⁴⁵. Nous ne pouvons pas beaucoup développer l'analyse du texte de Benjamin et nous renvoyons à l'analyse pointue qu'en a fait Michael Löwy ; cependant, nous garderons quelques traits fondamentaux²⁴⁶. Le capitalisme apparaît comme « religion extrêmement culturelle » selon Benjamin dans le sens où il intègre un grand ensemble de pratiques immédiatement pratiques et cela de manière d'autant plus forte qu'elle se fait de manière implicite, en l'absence de préoccupation transcendante. Ainsi, toute pratique « immédiate », sans la médiation d'une transcendance, d'un troisième terme extérieur, peut s'inscrire dans la logique capitaliste. Autant dire, justement, - et c'est le deuxième trait important du capitalisme que pointe Benjamin – que la concrétion du culte du capitalisme est permanente : la valorisation du travail professionnel apparaît comme consubstantielle de la valorisation de l'individu et apparaît comme le critère fondamental de critique immanente du sujet. Le sujet est jugé à l'aune de sa capacité à engendrer des richesses. Sous cet angle, le capitalisme apparaît comme un système dynamique et en expansion globale sur le plan d'immanence ; il apparaît même comme le seul système possible (les autres se basant sur une transcendance) et absorbe, dans sa sphère d'efficacité, ses contraires. L'on fait que différer la problématique fondamentale, à savoir : déterminer les logiques de sens commun et de vie commune.

L'absence de transcendance absorbe dès lors toute forme de temporalité et établit une actualisation permanente, un perpétuel présent, où l'avenir est soit rejeté comme forme de

²⁴⁴ W. Benjamin, *Fragments philosophiques, politiques, critiques, littéraires*, Paris, PUF, 2000, p. 111-113

²⁴⁵ Weber M., *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 2003

²⁴⁶ Löwy M., « Le capitalisme comme religion : Walter Benjamin et Max Weber », in. *Raisons politiques*, N°53, Paris, Presses de Science Po, 2006

projection imaginaire (avec donc un risque de référence à une transcendance), soit il est jugé à l'aune des catégories du présent que sont celles de l'investissement du capital.

Benjamin n'écrira pas l'article, parce qu'il n'a pas trouvé de solution au problème. Il ne fait qu'émettre des hypothèses. Il faut, avant tout, essayer de quitter la sphère d'efficacité du capitalisme sans s'y confronter – sinon, le mouvement serait absorbé - : il s'agit alors de remplacer l'idée d'une guerre contre celle d'une *Völkerwanderung*, c'est-à-dire une migration des peuples. Cette migration n'est pas seulement spatiale, mais également temporelle. Il faut s'inscrire dans un espace et, surtout, dans une temporalité autre (chose que n'ont pas perçu les marxistes contemporains de Benjamin). Autrement dit, nous sommes témoins d'une désertion de toute forme de transcendance, accompagnée de la disparition progressive des utopies et de téléologie, caractérisé par un affaissement de la superstructure dans l'infrastructure et à un rapport d'autant plus complexe avec la temporalité sociale que celle-ci réduit ses perspectives au plan du présent. C'est à l'aune d'une pensée dialectique, de circulation des expressions et leur interprétation qui construit l'ensemble signifiant commun que s'établirait une intégration des problématiques propres au symbolique, et que le capitalisme serait intégré comme un certain mode d'échange signifiant (au lieu d'être une force intégratrice qui régule les échanges signifiants et matériels).

La mémoire, quant à elle, est la représentation psychique et culturelle de la temporalité du sujet singulier. À en croire Benjamin, c'est à l'aune de la temporalité de la mémoire que s'exprime la domestication de ce problème de la temporalité, généré par la technicisation. Mais cela ne peut se faire que si le sujet est conscient de la problématique politique temporelle dans laquelle il est inscrit. L'esthétique contemporaine, nous l'avons précédemment un peu vu, exprime ce problème, mais c'est dans la mise en relation avec ces expressions que le problème pratique apparaît. Si l'approche réflexive intègre la dimension politique, alors le spectateur est sujet, un sujet capable de s'inscrire dans une historicité et de se positionner vis-à-vis de la structure culturelle, c'est finalement domestiquer le problème de flux du capitalisme ; inversement, ne pas prendre en compte la problématique, c'est avoir l'illusion d'être un individu et cela conduit à être absorbé dans le flux temporel, dans la logique capitaliste repéré par Benjamin. Ce que l'on dit du sujet doit également se dire du collectif : sans aucun doute convient-il de mettre fin à l'utilisation du terme « mémoire » pour désigner l'expérience sociale et collective de la temporalité, car cela représente une dénégation de l'histoire dans sa dimension politique et une confusion entre la dimension singulière du temps et sa dimension collective.

La médiation de l'histoire et de la mémoire inscrit dans la sémiotique de la temporalité une dialectique entre l'expérience de la temporalité dans les pratiques sociales de l'histoire et les expressions singulières de l'expérience du temps, ainsi qu'une forme symbolique de tension entre la dimension singulière de la temporalité et sa dimension collective.

La confusion entre histoire et mémoire met en œuvre un double refoulement, une double dénéiation. Il s'agit du refoulement de la dimension sociale de l'histoire et de son articulation au politique et à l'engagement. Il s'agit, par ailleurs, du refoulement de la dimension psychique de la mémoire et son articulation au désir. Ce qu'implique cette confusion entre histoire et mémoire, c'est finalement, la dénéiation de la question de la signification de la mémoire et de celle d'histoire, de la dimension sémiotique de la temporalité.

C'est une des fonctions modernes de l'art que de faire la critique de ce déni. Les œuvres ont perdu une part de leur matérialité et ainsi une part de leur aura dans le rapport que l'on entretient avec elles. La numérisation poursuit ainsi le principe déjà perçu à l'ère de la reproductibilité, à savoir un abaissement des contingences. Cette possibilité liée à l'infrastructure permet de multiplier les rapports problématiques à la culture : d'une part, et sous certaines conditions, faciliter l'accès aux objets ; d'autre part, créer un autre champ d'expérience. C'est ainsi que Benjamin percevait par exemple le cinéma : plus qu'un simple outil de reproduction du réel, le cinéma engage un rapport problématique au machinisme et à la mécanisation. Il en est de même avec la dématérialisation : nous pouvons entrevoir une problématique de l'expérience qui, précisément se confie dans l'articulation des virtualités avec l'actualisation.

En ce sens, les innovations infrastructurelles permettent de révéler des problématiques qui se trouvaient au sein de toute la structuration. La problématique virtuel / actuel a finalement toujours existé dans le cinéma ; cependant elle devient prégnante avec l'émergence de nouveaux moyens d'expression et surtout, d'expérience.

Il s'agit donc moins d'une rupture qu'un développement de problématiques antérieures, une nouvelle inflexion des problèmes. Et, comme le signalait déjà Benjamin à l'époque antérieure, il n'y a aucune détermination d'une inflexion ; ce sont les usages et les pratiques qui vont participer à la structuration dans la manière dont ils vont interpréter les problèmes.

À ce titre, il est très important de remarquer qu'il n'y a pas une totale perte d'aura à l'ère du flux, mais une redistribution des valeurs. Les objets culturels deviennent effectivement des contenus, parfois de simples produits d'appels, mais ils contribuent ainsi à une production d'une chaîne de valeurs bien plus riche, au bénéfice des spectacles. Si le film

est téléchargeable, parfois gratuitement, l'expérience de la salle apparaît dès lors moins obligatoire par le jeu des contingences et, au contraire, possible valeur ajoutée à l'expérience ; de même l'avons-nous vu pour le sport et la musique, où il est encore plus facile de suivre gratuitement ces événements, mais toujours plus important et onéreux d'y participer.

Ainsi, les salles de cinéma ne disparaîtront pas dans l'immédiat. Le cinéma, comme spectacle, possède une forte valeur ajoutée. Ce qui se transforme, ce sont finalement *les conditions de spectacle cinématographique*. Ces conditions s'appliquent aussi bien au niveau des faits cinématographiques qu'au niveau des faits filmiques.

Au niveau des faits filmiques, nous voyons progressivement une réduction des histoires, de l'importance accordée à la narration, pour une insistance dans la construction de l'espace diégétique et des possibles interactions au sein de cet espace.

Au niveau des faits cinématographiques se pose un grand problème à l'exploitant. Son métier qui, par définition, consiste à valoriser le cinéma, c'est-à-dire qu'il consiste à la fois à donner une visibilité sur l'actualité cinématographique – notamment par le biais de la programmation – et de valoriser l'expérience, notamment dans la manière dont il donne à voir les films. Or, ce métier semble être phagocyté par l'émergence d'intermédiaires et de nouveaux dispositifs d'information et de diffusion d'actualité cinématographique ; il semblerait devoir se réduire à offrir de meilleures conditions possibles de diffusion et à une programmation de plus en plus serrée à l'actualité.

Cependant le champ cinématographique ne s'est pas constitué sur ce principe et il y a encore une sorte d'inertie du secteur qui applique les logiques de médiation antérieures. Si, à première vue, cela apparaît comme une sorte d'hérésie économique, il faut garder en tête que le cinéma est un bien public et la question de la diversité y est très importante : dès lors, un certain nombre de réglementations du champ permettent une pareille pratique qui peut, par ailleurs, être importante pour le public. C'est cette question que nous traiterons dans les parties suivantes.

D. la place du médiateur « révélée » dans cet ordonnancement

C'est à partir de ce constat qu'il y a deux postures possibles pour le spectateur. La première, classique, consiste à rester dans la logique de représentation et critiquer l'échec du cinéaste – ou, au mieux, inscrire son œuvre dans une généalogie expressive où le cinéaste s'inscrit soit dans la logique de représentation classique du cinéma (ère de la transparence) ou

dans la logique de représentation du cinéma moderne (séduction et dénonciation du faux) -. Cela revient à *moraliser* le statut de l'auteur et à juger son travail à l'aune de critères esthétiques comme moraux²⁴⁷. Cette posture est très problématique, parce que si le spectateur est simplement « juge », alors cela signifie que son expérience n'est pas critique, n'a pas de distanciation relative à l'ordre symbolique et idéologique de son appartenance puisque, au contraire, c'est au nom de cet ordre qu'il évalue et dénie le discours de l'auteur.

La deuxième, qui est celle de Jameson, consiste à *détotaliser* le cinéma ; c'est-à-dire ne pas apprécier, évaluer, juger le film à l'aune de critères préétablis, mais de s'y confronter dans un procès de signification et d'interprétation, ce qui implique de reconnaître et d'éprouver l'incidence du film mais aussi du *regard* (dans toute sa relativité phénoménologique et symbolique). Il s'agit d'abandonner la sphère de jugement et se rendre disponible aux décalages entre forme et contenu, entre interprétation qu'on lui accorde (à un moment donné) et les interprétations possibles.

L'on renverse alors totalement la logique. On ne pose plus personne comme unique dépositaire de la « vérité » (absolue) ; le cinéaste comme les spectateurs négocient une réalité. Ce changement « d'ordre du discours » change le contenu et la signification du discours. Le cinéaste ne parle plus au nom d'un ordre social dont on ne saisi plus la perspective ; au contraire, son travail, à travers la présentation progressive du complot consiste justement laisser entendre que si il y a possibilité (imaginée) de complot, c'est qu'il y a possibilité de l'unité même de l'ordre social. Autrement dit, si l'on partage une crainte, c'est que l'on partage quelque chose : la « vérité » est moins dans l'objet de la crainte que dans cette expérience sibylline de *communauté*. La première logique a pour prérequis un ordre social, une logique d'appartenance dans laquelle la représentation prend toute sa signification et sur laquelle on peut émettre un jugement esthétique ainsi qu'un jugement moral ; la deuxième option ne considère pas que ce pré-requis existe et travaille précisément à des possibilités de sociabilité et de *sens communs*.

C'est pointer là une des problématiques les plus complexes du médiateur – et plus précisément, dans notre travail, de l'exploitant – que de se positionner vis-à-vis de cette « vérité » et de s'y inscrire. C'est une problématique d'autant plus complexe que les médiateurs ont toujours tendance à se porter, d'une manière ou d'une autre, comme « garant de vérité » - « vérité » étant entendu ici comme absolue et non négociée. Nous verrons dans la

²⁴⁷ Démarche qui, nous l'avons compris, s'effectue aussi bien dans l'approche picturale du cinéma que, tôt ou tard, dans l'approche spectaculaire.

prochaine partie que cela s'explique notamment parce qu'il s'agit d'un acteur inscrit dans un champ institutionnalisé, et que c'est dans son appartenance à ce champ qu'il a l'illusion d'être détenteur d'une « vérité » (absolue) là où, finalement, il n'est que garant d'une « vérité » relative à ce champ (ce que, par ailleurs, Bourdieu, à juste titre, a appelé *l'illusio*).

Le médiateur n'a pas la place de *l'éducateur*. Sa fonction dans l'ordonnement, dans la disposition des sujets et des objets, n'est pas seulement d'amener les objets aux sujets, d'amener la connaissance des objets aux sujets. Nous venons même de voir qu'il ne s'agit même pas de la place de l'auteur d'une œuvre. Il ne se résume pas à un rôle de diffuseur du savoir, le savoir émerge de la relation signifiante au sein du dispositif de médiation (ainsi qu'en relation avec l'espace public, mais nous insisterons sur ce point en deuxième partie de thèse).

Ainsi, l'on ne doit pas caractériser l'activité de médiation, dans l'exploitation cinématographique, selon les contenus diffusés, mais également sur la manière dont ils sont offerts et présentés, la manière dont l'exploitant *engage* le spectateur dans un processus symbolique. Et la manière d'engager dans le processus symbolique ne se réduit pas au dispositif classique du cinéma de représentation, mais à travers la reconnaissance, la mise en exergue et la réflexivité quant aux effets de signification, d'interprétation et de subjectivation. Tout ces effets ne peuvent pas être préalablement connus et pleinement maîtrisés par le médiateur. Il doit proposer des champs d'interprétation et de subjectivation possibles ainsi qu'un cadre pragmatique et symbolique où ces « possibles », où ces virtualités, *s'actualisent* temporairement, élaborent un procès de symbolisation, un procès de sociabilité.

Il s'agit d'offrir des films – ou des hétérotopies filmiques – qui proposent des problématiques (propres à *l'aïsthésis* ou propres à la critique de l'idéologie ou propres aux problématiques de sociabilité) au spectateur ; et ces propositions ne prennent sens que dès lors qu'il y a interprétation de la part de ce spectateur. C'est là l'aspect *programmation* du travail de l'exploitant : trouver et proposer des films, ou des objets filmiques, qui proposent une expérience intéressante pour des spectateurs donnés, dans un contexte social et culturel donné. L'on tend souvent à réduire le travail d'exploitant à cet aspect *programmation*. Comme si tout était dit dans le film, comme si la seule confrontation au film suffisait. Et, dans cette logique, beaucoup d'exploitants essaient de diffuser et de défendre un cinéma d'auteur, c'est-à-dire un ensemble d'objets qui détiendraient une forme de « savoir » : ainsi, il y aurait un « point d'honneur » à diffuser des films de Lars Von Trier, de Sharunas Bartas, etc., quelle que soit, par ailleurs, les « résonances » que ces films ont au sein de l'espace public (autrement dit : quelle que soit leur inscription dans le régime de sociabilité de l'espace public).

Cela pose problème. C'est réduire la fonction d'exploitant à de la programmation et faire l'impasse sur l'aspect *médiation*, l'aspect *animation*, de la fonction d'exploitant. C'est considérer que le spectateur doit déjà avoir une forte réflexivité pour apprécier le film. C'est même réduire l'expérience cinématographique au visionnement d'un film. À ce titre, le numérique « torpille » cette logique : en effet, les NTIC offrent alors des cadres moins contraignants pour satisfaire cette dimension.

Si nous faisons cette critique, il faut bien cependant la justifier, notamment en proposant une approche alternative. Cela comprend plusieurs points. D'une part, il existe une forme d'exploitation qui, loin d'être anéantie par la convergence numérique, par la « torpille numérique », au contraire, tend à être de plus en plus importante : les *multiplexes*. Sur quoi insistent les multiplexes ? Avant tout sur la qualité des salles, sur l'importance à accorder à l'espace de diffusion. Et si les multiplexes connaissent un réel succès, c'est notamment parce que le public reconnaît l'importance du lieu, des sociabilités engagées au sein de la salle comme *hétérotopie*. Nous serons évidemment amenés, en deuxième partie, à circonscrire la pertinence de la pratique cinématographique telle que définie par les multiplexes, mais il n'en demeure pas moins que leur succès démontre bien que le cinéma ne se résume pas à un corpus de films, mais qu'il est spectacle. Spectacle dont il faut (re)définir constamment les logiques, les effets de significations, les procédures. C'est là le propre de l'aspect *médiation* de la fonction d'exploitant.

La programmation est évidemment importante, mais il faut offrir un cadre (de projection, mais aussi un discours) qui permette au spectateur d'interpréter et de « réfléchir » sur (et à partir de) ces films. Il y a, certes, des « auteurs » qui proposent peut-être des choses plus pertinentes que d'autres, qui proposent peut-être des réflexions de manière plus manifestes que d'autres, mais cela n'a pas une incidence décisive et définitive sur l'activité du spectateur. Sinon l'on en revient à une conception purement causaliste. La question de la médiation, saisie sous l'angle dialectique, permet, au contraire, d'ouvrir considérablement les objets. Du reste, Cavell insiste souvent sur le fait que, pour comprendre le cinéma, il faut en voir aussi bien les films exemplaires que les films les moins « réflexifs » ; c'est que l'expression cinématographiques se déploient dans ces deux types de films et que le spectateur peut se positionner aussi bien vis-à-vis de l'un que vis-à-vis de l'autre. De plus, il est difficilement supportable de ne rester que sur le plan critique, que de ne regarder que des formes d'avant garde, de ne pas, à un moment ou un autre, se « rassurer » en se replongeant (temporairement au moins) dans la sociabilité, quitte à s'inscrire (temporairement) dans l'idéologie dominante. Il faut diffuser les « auteurs », mais relativiser et contextualiser leur importance : ils ne sont

pas un « tout », mais un ensemble qui éclaire le reste du corpus cinématographique.

Ce que nous disons au niveau du contenu de la programmation doit aussi être entendu au niveau des dispositifs cinématographiques. Le cinéma, c'est un film projeté dans une salle devant un public. L'on a tôt fait de considérer qu'une frontière absolue devait s'établir entre le film et le public. Avec les exemples de cinéma étendu que nous avons vu, nous comprenons qu'il n'en est rien. Il y a, certes, une frontière symbolique entre le film et son public – que ces exemples problématissent, et ne dénie pas -, mais cela ne signifie pas pour autant que la forme historique de cette séparation – c'est-à-dire la logique *représentative* - soit la seule pertinente. Nous soutenons qu'il existe encore des films représentatifs qui ont une réelle importance cinématographique et culturelle, et donc que le cinéma, saisi à l'aune du représentatif (que nous avons aussi appelé pictural) doit être encore présent dans l'espace public culturel. Mais, nous soutenons également, qu'il y a importance (et *signifiance*, si l'on peut se permettre cette expression) de les saisir, de les interpréter, de les *com-prendre* (c'est-à-dire les comprendre et les « mettre avec ») en lien avec d'autres formes de dispositifs cinématographiques. C'est même là le deuxième aspect de la « torpille numérique » que de faire la critique des dispositifs, et, par les actuelles modifications infrastructurelles liées au numérique, l'exploitation pourrait très bien saisir cela de manière plus riche et à son avantage, notamment en devenant lieu de diffusion de plusieurs formes de cinéma. Cela implique cependant des contextes socioéconomiques particuliers dont nous ferons part à la fin de cette thèse²⁴⁸.

Dans cette nouvelle approche du métier d'exploitant, la catégorisation et la qualification des salles ne s'établirait plus sur le contenu ou sur le dispositif, mais plutôt dans la manière dont on engage le spectateur, la manière dont on consacre une idéologie ou, au contraire, dont on offre un espace critique. C'est à ce titre qu'il nous arrivera, dans la deuxième partie, de défendre certains multiplexes et qu'il nous arrivera de critiquer certains établissements *art et essai* ; tout est une question de posture vis-à-vis du discours dominant et la manière dont ce discours peut aliéner le spectateur à l'idéologie dominante ou, au contraire, peut lui offrir des perspectives critiques. Nous touchons là les frontières des problématiques de la première partie de la présente thèse, les frontières des théories spécifiquement esthétiques et phénoménologiques et que nous devons désormais nous ouvrir aux problématiques de discours, d'organisation sociale. Nous avons insisté sur la partie esthétique de l'exploitation, mais la médiation cinématographique est une articulation esthétique et politique.

²⁴⁸ Cf « CONCLUSION GÉNÉRALE », p.756

E. La position problématique du spectateur : entre sujet et individu, entre désir et conatus

Dans cette première circonscription de la fonction d'exploitant, nous venons de donner des débuts de réponse aux questions « de quoi ? » et « comment ? ». Reste encore à déterminer « pour qui ? » se fait cette médiation. Et si nous débutons par le « comment » et le « de quoi », c'est parce que la manière dont y réponde inscrit le « pour qui » dans une certaine logique. Pour le dire autrement, c'est en fonction de l'idéologie dans laquelle s'inscrit la pratique de l'exploitant que se définit un cadre vis-à-vis duquel le spectateur (« pour qui » il fait médiation) doit se positionner.

Or le spectateur est dans une situation problématique – entre identité de sujet et identité d'individu, entre désir et conatus -, que les pratiques n'ont pas encore réussi à harmoniser. En effet, cette redistribution des valeurs que nous avons évoqué est désormais différé au fait du consommateur, ce qui pose un certain nombre de problèmes.

Cela implique qu'il doit rationaliser ses usages. Or, les usages liés aux objets culturels ne sont pas du même registre que les usages liés aux infrastructures – au sens marxiste orthodoxe -. Parce qu'il y a un affaissement entre la superstructure et l'infrastructure, le rapport du sujet à la culture apparaît encore plus problématique puisque c'est le référentiel que le spectateur doit chercher.

Dans la conception d'un spectateur sujet de culture, la médiation culturelle lui permet d'articuler son désir aux logiques de pouvoir, dans un mécanisme de reconnaissance (de la part du sujet) et d'identification (reconnue au sujet par l'espace de sociabilité) par la médiation de l'objet culturel. Les développements actuels probléatisent cette articulation en illustrant à quel point la notion même d'expérience est encore à déterminer. C'est pourquoi les œuvres sont moins valorisées que les expériences singulières possibles du sujet.

Centrer ainsi les médiations sur le sujet a l'avantage certain de lui permettre de se confronter aux problématiques de l'expérience, lesquelles sont les moteurs de la médiation culturelle, permettant ensuite l'articulation singulier / collectif. Dans un parcours similaire à la proposition de l'éthique spinoziste – basé sur les trois régimes de connaissance -, le sujet pourrait alors procéder à un rapport progressif au collectif :

- la saisie des affects : des expériences génèrent des effets agréables ou désagréables ; de même, dans certains cas de figure, nous pouvons prendre plaisir à influencer la diégèse et à interagir avec les éléments ;
- la négociation des affects : c'est dans la mesure où l'on anticipe nos affections que l'on se permet de catégoriser les éléments auxquels on se confronte et à faire de sorte d'avoir des affections agréables ;
- la révélation de la singularité : c'est en fonction des interactions que l'on anticipe que l'on peut trouver les manières qui nous sont profitables et ainsi définir notre propre singularité.

Mais cela peut également avoir un inconvénient majeur, surtout dans un cadre idéologique qui laisse entendre au sujet qu'il est individu, seul garant de l'interprétation, le confinant ainsi dans son cogito. Autrement dit, il y a un risque de résurgence d'une *romantisation du spectateur*²⁴⁹ ; risque que le médiateur – l'exploitant – doit circonscrire, notamment en évitant de reproduire des discours qui sont inscrits dans cette logique. De même, la singularité spinoziste est celle du *conatus*, c'est-à-dire une manière d'être au niveau politique. Le problème du *conatus* consiste en ce qu'il est déjà expression d'un pouvoir singulier ; en cela, il ne rend pas compte de la dimension hétéronome du désir.

Le spectateur est donc écartelé entre la *figure de sujet* – qui est nécessairement décentré et désirant – et la *figure romantique d'individu* – qui est nécessairement centré, voire substantiel, et animé par la *conatus*. Cet écartèlement n'est pas neuf : la thèse de Benjamin montre bien toute la difficulté de l'héritage de Kant, qui exprime précisément ce problème. Si Benjamin n'a pas su totalement résoudre le problème, c'est parce que deux pistes s'ouvrent : soit on pense en termes de *médiums*, et alors tous les éléments sont « substantifiés », ou bien nous réduisons l'ensemble des éléments à de purs effets de discours historicisables. Il apparaît pourtant que le spectateur n'est pas un *Ego transcendantal* ; il apparaît en même temps qu'il ne saurait accepter à n'être réduit qu'au statut de public passif.

Il y a donc une ambiguïté analogique entre les médiations, la structuration de la culture et le statut du spectateur. L'ambiguïté des formes de médiation consisterait – par le jeu de *personnalisation de service*, qui peut engendrer, par la négative, un procès de valorisation de soi soumis aux effets structurels de *distinction* qu'évoque Bourdieu - à opacifier la frontière entre *désir* et *conatus*. Par exemple, à l'heure de la diffusion gratuite de certaines œuvres

²⁴⁹ Nous comprenons que ce risque existe aussi bien au sein de l'expérience du cinéma de l'actuel/virtuel (c'est-à-dire le cinéma spectacle) qu'au sein des dispositifs de médiation du cinéma pictural.

musicales, allons-nous au concert pour faire l'expérience du spectacle, de sa sociabilité et retrouver la performativité propre à la musique, ou y allons-nous par distinction, par recherche *d'agrégat de valeur* ? Les spectateurs de cinéma art et essai vont-ils dans ces salles parce qu'ils s'agit des meilleurs cadres pour regarder le cinéma, ou bien conçoivent-ils déjà cette démarche comme politique, notamment une posture de promotion de la diversité (voire de l'élite) culturelle ?

Évidemment, nous ne pouvons pas donner de réponse tranchée. Il n'en demeure pas moins qu'il y a une ambiguïté ; le fait même que l'on ne puisse pas trancher est ce qui nous intéresse, en ce que cela montre que les valeurs esthétiques risquent d'être substituées par des *valeurs pharmakon*, qui sont adhésions au signifiant du *conatus*. Autrement dit, que, dans les usages et pratiques, au sein de l'espace public, l'on tende moins vers une logique de médiation - disposant le sujet et l'objet de telle sorte que le sujet soit confronté à un idéal de soi et fasse l'épreuve de la sociabilité et ainsi participer à l'élaboration d'un *sens commun*, d'un « partage du sensible » que l'on négocierait -, qu'à une logique de « réponse à une demande », qui consacrerait l'idéologie dominante d'un sujet pleinement rationnel, anticipateur et totalement autonome. La finalité de l'expérience serait, en ce sens, un intéressement très précis : celui de retrouver, dans les représentations, des éléments qui confirment la justesse de mon *point de vue*, et, le cas échéant, de rejeter la représentation ainsi que toute forme de discussion au nom du relativisme des jugements de goûts.

L'on peut éclairer ces deux dimensions par des exemples de film. C'est toute la différence que nous pointons entre *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain* (Jean-Pierre Jeunet, 2001) et *Bancs Publics* (Bruno Podalydès, 2009). Ces deux films, à leurs manières, problématisent la solitude dans les métropoles et invitent à l'onirisme ainsi qu'à la sociabilité comme forme d'existence qui dépasse les problématiques urbaines. Cependant, la manière dont l'onirisme et la sociabilité sont engagées de manière radicalement différentes dans ces deux films : Podalydès revient à la question du désir là où, peut-être malgré lui, Jeunet l'aborde sous l'angle du *conatus*. En effet, dans le film de Podalydès, l'ensemble des personnages principaux se croisent en un lieu – le jardin public -, où se nouent et se dénouent des relations ; s'ils sont d'abord présentés sous un trait caractéristiques (c'est-à-dire « caricaturés »), ce trait est modifié, mis à l'épreuve au fil des rencontres avec les autres personnages. Ce qui fait sens dans ce film, c'est à la fois la prise en compte des parcours singuliers de chaque protagoniste, et leur inscription dans la diégèse, l'harmonie que cela constitue. Libre au spectateur de privilégier tel ou tel personnage, d'avoir une projection

particulière sur telle ou telle micro-histoire et libre au spectateur d'apprécier ou non l'ensemble que constitue ce film. Toujours est-il que ce film peut enchanter son spectateur par sa tendance à faire croiser une problématique localisée (singulière, celle d'un protagoniste) et une problématique globale (la sociabilité), à offrir une intuition qui dépasse la problématique posée par le personnage interprété par Bernard Campan, selon qui

« dans les années 70, on nous disait de pas se préoccuper de son voisin, mais d'avant tout se préoccuper de ce qui se passe à l'autre bout du monde ; maintenant, on nous dit de ne pas penser à ce qui se passe au bout du monde et à penser à nos voisins. On fait quoi alors ? »²⁵⁰

La logique du film n'est pas d'exclure l'un ou l'autre de ces plans, privilégier une échelle de valeur ou l'autre, mais de saisir leur interrelation, leur connexion. C'est finalement la compréhension de ce principe qui constitue, chez Benjamin, le *médium de réflexion* et, dans le présent travail, le *sens commun* et la *sociabilité*.

Dans le film de Podalydès, il n'y a aucune interprétation offerte au spectateur. Si on peut lui critiquer une appréhension « tout le monde il est beau, tout le monde il est gentil » de la sociabilité, en revanche, l'approche de Jeunet est beaucoup plus dichotomique et moralement engagée (donc critiquable) : la sociabilité conçu par Jeunet implique la punition et l'exclusion des « méchants », qui sont ceux qui ne partagent pas la vision du monde d'Amélie Poulain. En effet, le « partage du sensible » dans le film de Jeunet est assez évident : le monde est scindé en deux. D'un côté, ceux qui rêvent et de l'autre ceux qui dominant et humilient les rêveurs ; d'un côté, le bien, de l'autre, le mal. Le film n'offre aucune perspective autre que le *point de vue* d'Amélie Poulain. Or que fait-elle sinon punir les comportements qu'elle ne cautionne pas et de réduire les perceptions de la réalité de son entourage afin de rendre la vie plus supportable. C'est assez manifeste dans les scènes où Amélie Poulain, en vue d'alléger le deuil de Madeleine Wallace, lui fait parvenir de fausses déclarations d'amour, lui faisant croire qu'elles auraient été écrites par son défunt mari : ce faisant, elle participe moins à l'exercice du deuil qu'à la sacralisation d'un amour qui n'a pas eu lieu et qui va aliéner le personnage de Madeleine Wallace. « Qu'importe, si elle heureuse » semble être la morale d'Amélie. Loin d'être relié, ces personnages restent, à la fin du film, enfermés dans leurs obsessions.

À ce titre, ce film nous apparaît comme assez exemplaire de l'idéologie postmoderne et illustre d'une identification du sujet et de la sociabilité propre à celle du *conatus*. La grande

²⁵⁰ In Podalydès, *Les bancs Publics*

différence entre Amélie Poulain et Madame Bovary, c'est que, si les deux sont enfermées dans l'Imaginaire, l'œuvre de Flaubert se clôt sur un effet de réel, là où Jeunet se garde bien de le faire et nous invite à communier dans son idéologie. Il dissémine alors des valeurs *pharmakon*, des significations qui sont réduites à une interprétation stricte et exclusive, et la coexistence de points de vue et d'existences se traduit en un conflit, en une affirmation de soi et de son point de vue dont la seule résolution est l'annulation de formes alternatives.

La réduction des possibles, la réduction de l'espace public en espace de conflits animé par des affirmations de soi, la réduction de la signification à une interprétation qui vise à être dominante, tout cela est un ensemble de problèmes que l'on retrouve, dans notre parcours, depuis Platon. C'est que la construction d'un système d'appartenance est constamment relancé. Notamment parce que les conditions matérielles et infrastructurelles modifient les conditions de perception, l'imaginaire et la disposition des sujets.

C'est pourquoi, à chaque apparition de nouvelle technique, et notamment de nouvelles techniques d'information et de communication, cette question a dû être relancée, le « partage du sensible » réorganiser ; bref, il a fallu adjoindre une techno-logie.

Au final, la critique platonicienne de l'écriture – et de toute *tekhnè* – est moins substantielle que pragmatique. Il y a des *valeurs d'usages* et des *valeurs en finalité* ; l'usage, l'exploitation de la technique, n'a aucune réelle valeur *per se* et peut poser problème dès lors qu'il se substitue à la finalité et créer une dépendance. Pour le dire autrement, il s'agit d'une critique des fins et des moyens : la technique est un moyen dont il faut circonscrire les portées et les limites ; le cas échéant, nous exploitons des moyens pour des moyens, cette exploitation de moyens n'a d'autre fin qu'elle-même et le sujet s'aliène à ce moyen. Nous voyons bien tout le problème platonicien qui se pose à nous lorsque nous remarquons que la prolifération d'outil et de médiations s'appuie sur des valeurs d'usages, que la valorisation même des objets n'est qu'une valorisation d'usage : il y a un risque d'oubli de la finalité qui est celle de la reconnaissance réciproque et de la sociabilité médiée. Pour le dire autrement, les moyens techniques (mais aussi les films) tendent à être réduits au statut d'agents de valorisation, dans un processus qui construit le sujet comme juge.

D'où l'incessante réouverture Benjaminienne : il ne faut pas esthétiser le politique, mais politiser l'esthétique ; il faut adjoindre le politique et l'esthétique, dans une logique de pensée où aucun ne supplée l'autre.

Il faut des formes esthétiques pour comprendre le partage politique ; inversement, c'est parce qu'il y a un partage politique à accepter qu'il y a des formes esthétiques pour les représenter. Si le partage politique peut se négocier, et si les formes esthétiques (et leur médiation) offrent une mise à l'épreuve, une expérimentation, des logiques et enjeux de la négociation, alors nous sommes en une situation idéale. (C'est évidemment une forme d'idéologie que nous soutenons. Cependant, il convient de rappeler que tout acte, toute pensée, s'inscrivent dans une idéologie. Il convient de cerner l'idéologie de sa pratique et d'être capable d'en rendre compte. Cela n'exclue aucunement la discussion, bien au contraire.)

De multiples articulations – structurellement comparables – se dessinent. À l'expérience esthétique s'adjoint la question du politique (en une grande relation signifiante), à la question du regard s'adjoint la question du point de vue, à la question du désir s'adjoint le conatus, à la question de la programmation s'adjoint celle de l'animation et de la médiation.

Cependant ces articulations n'ont rien d'évident. C'est que les tensions que nous retrouvons au sein même des œuvres contemporaines – entre problématisation du symbolique et, au contraire, son déni radical dans les manifestations du postmoderne – se retrouvent au sein de l'espace public, au système de l'organisation des champs de production et de diffusion des formes et expériences culturelles et artistiques. Et ces institutions, ces discours ont de nombreuses incidences sur l'expérience du spectateur. D'une part, sans cela, le spectateur n'aurait aucunement conscience que pareilles expérimentations existent. De plus, le marché et les institutions offrent une relative définition de la pratique artistique, ce qui permet au spectateur d'être (plus ou moins) « disposé » à faire pareille expérimentation. Enfin, ne l'oublions pas, dans la manière dont ils offrent des expériences, le spectateur découvre des formes, expérimente la sociabilité et l'introduit dans son comportement, dans ses réflexions au sein de l'espace public. Nulle chaîne causale, puisque les usages et les interprétations des spectateurs « dialoguent » avec le champ.

Tout le problème que nous pointerons est que le marché s'assoit sur l'idéologie postmoderne et semble rendre cette idéologie opératoire. Nous contestons évidemment cette approche, mais nous allons également proposer une critique de l'approche institutionnelle française – où s'inscrivent les établissements art et essai – qui, loin d'être une alternative au marché et à son idéologie, apparaît plutôt comme son pendant spéculaire. Pour le dire autrement, nous ne refusons pas toute forme de marché ni ne cautionnons aveuglément les logiques institutionnelles françaises : nous allons pointer leurs problématiques structurelles – qui nous apparaîtront, appartenir à une même logique. C'est précisément cette logique que nous avons

déjà pointé dans l'idéologie romantique et dans sa survivance postmoderne et que nous allons retrouver dans l'espace public et l'organisation économique.

Au-delà de cette critique, nous esquisserons des premières réflexions pour une économie dialectique, c'est-à-dire une économie qui prend en compte, exprime les processus de valorisation de manière dialectique. Car il y a un avantage de penser en termes dialectiques, y compris pour les études économiques et stratégiques. Par exemple, lorsque l'on se confronte à une problématique où il n'y a pas de réponse à une offre (ce qui se passe notamment chez certains exploitants *art et essai* qui ne comprennent pas le manque de fréquentation dans leurs salles alors qu'ils offrent une programmation de qualité). L'on peut se demander si la « demande » n'aurait-elle pas été mal interprétée par l'offreur (le public partage-t-il les mêmes critères de qualité ? Le « service » demandé à un exploitant se résume-t-il réellement qu'à de la programmation ?). L'on peut se demander, inversement, si l'offre a été bien interprétée par les « demandeurs » (l'établissement a-t-il une bonne visibilité ?).

L'approche systémique a la vertu de prendre tous ces éléments en compte et envisage les problématiques de manière multi-causales – ainsi, il ne s'agit plus de penser en termes de causalités simples, ni de stigmatiser un acteur. Cette approche tend à prendre de l'ampleur dans les théories économiques, mais n'apparaissent que de manière parcellaire dans les études cinématographiques – c'est notamment l'une des principales qualités du numéro de la revue *Théorème* portant sur l'interdépendance des acteurs dans l'économie du cinéma²⁵¹.

L'approche dialectique se distingue de l'approche systémique sur un point qui nous apparaît essentiel : les actions, les propositions, les réponses et les non-réponses participent tous du système général des valeurs, à sa perpétuelle (re)production. Autrement dit, la valorisation du cinéma, la structuration de son économie, les enjeux esthétiques et politiques se construisent dans un même mouvement. Les échanges marchands de films, de services de diffusion, etc., sont des expressions, en termes économiques, des enjeux esthétiques, discursifs et critiques que nous venons de développer. Nous postulons qu'une pareille économie dialectique est possible ; il conviendra de bien la distinguer de l'économie de marché. En fin de thèse, cependant, nous ne ferons qu'esquisser des propositions économiques que nous laisserons à l'appréciation de spécialistes, parce que, au même titre que la médiation qui vise l'esthétique « pleine » doit cohabiter avec des expériences plus proches de l'idéologie dominante – ne serait-ce que par soucis de préservation du « psychisme » du spectateur -, nous n'excluons pas

²⁵¹ Creton L. (dir.), « Cinéma et stratégies. Économie des interdépendances », *Théorème*, n°12, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2008

la logique de marché, mais visons, au contraire, à y inscrire des logiques et des dispositifs permettant la possibilité de médiations critiques.

Quel est le rôle que peut tenir un exploitant de cinéma dans cette vaste problématique ? Il est partie prenante de l'expérience cinématographique et participe de la valorisation de l'objet comme de l'expérience par l'énonciation qu'il produit. La manière dont il engage l'expérience cinématographique – ainsi que la manière dont il catégorise les objets films – fait partie de son discours. Ce discours engage le spectateur.

Bien qu'il ne soit pas le moteur des problématiques actuelles d'articulation entre histoire et mémoire, il est au cœur de cette articulation problématique. Par sa position au sein de l'espace public culturel – et la dimension collective et réflexive de son discours -, il est un important agent de synchronisation pour le public, ainsi qu'un élément signifiant de l'articulation *droit de regard / spectature*.

Il a ainsi un rôle prépondérant et référentiel dans les usages du public, ainsi que dans la construction de la pratique cinématographique. La manière dont il valorise le *spectacle cinématographique* peut tout aussi bien consister dans une logique de médiation culturelle que dans une logique d'exploitation stratégique du *conatus* (qui est propre à l'idéologie postmoderne). Pour le dire autrement, puisque nous distinguons les médiateurs en fonction de l'aménagement qu'ils font à l'expérience « pleine » et critique, nous verrons que le discours que les exploitants supportent peut tout aussi bien consacrer l'idéologie *romantique* (pour l'art et essai) et *postmoderne* (plutôt pour les multiplexes), qu'au contraire, offrir des expériences déplacées, critiques. Il est néanmoins beaucoup plus facile, pour un exploitant, de s'inscrire dans l'espace public et d'y être visible en reproduisant le discours dominant (qu'il soit romantique ou postmoderne, qu'il soit institutionnel ou propre au marché) que de chercher les formes alternatives.

Cependant, son positionnement discursif et stratégique doit non seulement prendre en compte cette problématique, mais également prendre en compte le fait qu'il s'inscrit dans une logique de champs, qui a une influence importante dans la manière dont il peut exercer son métier. Ainsi, nous le verrons dans la prochaine partie, il y a une analogie entre les problématiques du spectateur et celle de l'exploitant ; ce dernier est lui aussi tiraillé entre les stratégies du *conatus* (dans les critères du champ) et celle du désir (dans la recherche de la médiation).

PARTIE II :
L'ESPACE PUBLIC
CINÉMATOGRAPHIQUE ET LA
PLACE DE L'EXPLOITANT

Introduction : La pratique, le champ et le marché

Pour mémoire, la présente thèse pose comme objet problématique la définition métier de l'exploitant à l'heure des multiplexes et des offres multi-supports permis par les NTIC. Dans notre approche du métier, l'exploitant est médiateur et programmeur, il articule les problématiques esthétiques et les problématiques politiques. Une définition de la fonction d'exploitant, à l'aune de la dialectique, considère moins les multiplexes et les NTIC comme « facteurs de problèmes » que comme éléments intéressants d'une problématisation globale des rapports à la sociabilité et à la culture. Du reste, nous avons vu qu'il existe un certain nombre de propositions plastiques – ainsi que des propositions cinématographiques aussi bien propres au cinéma représentatif qu'à un « cinéma étendu » - qui s'inscrivent dans cette logique et qui en rendent compte de manière pertinente.

Ainsi, certes, il y a un « torpille » numérique, la logique de médiation cinématographique est problématisée par l'émergence des nouveaux dispositifs de diffusion. Mais, nous allons le voir, cela est surtout symptomatique d'une logique de médiation qui était problématique. Autrement dit, ce n'est pas le cinéma, dans sa globalité, qui est problématisé par l'émergence des nouveaux médias, mais une certaine définition sociale et historiquement déterminée de la pratique cinématographique, une certaine définition de « ce qui fait cinéma ». Cela explique pourquoi les multiplexes connaissent un bon succès : c'est qu'ils ont proposé une autre pratique cinématographique ; ces exploitants ont redéfini la pratique cinématographique.

Il faut donc concevoir une nouvelle définition de la pratique cinématographique et y inscrire l'exploitant. Il faut, dès lors, comprendre comment se constitue une pratique cinématographique et les incidences que cette pratique a sur les usages et la perception des spectateurs, mais aussi sur la logique d'offre et le positionnement des exploitants. Dans une approche dialectique, nous ne concevons pas cela de manière unilatérale, mais en termes de relations signifiantes : autrement dit, par exemple, si l'on voit des incidences de la pratique sur les usages, l'on insiste également sur le fait que les usages ont une incidence sur la pratique.

Ainsi, la définition de la fonction d'exploitant – et la détermination de ses problématiques-métiers – implique un point de vue qui se focalise sur le métier, mais également une prise en compte du champ dans son ensemble et de sa capacité de répondre du « partage du sensible ». Parce que toute médiation implique une articulation esthétique et politique, parce que toute expérience de l'art et de la culture implique une perception et une interprétation, à la question « phénoménologique » nous devons adjoindre la question du « discursif ».

Le positionnement de l'exploitant, au sein de l'espace public, est ici d'une importance capitale : il s'agit d'un médiateur entre le champ socioéconomique du cinéma (que nous qualifierons d'espace public cinématographique et qui comprend aussi bien les cinéastes que les producteurs, les distributeurs, les exploitants, les critiques, bref tous les acteurs qui mobilisent un discours institutionnel promouvant le cinéma au sein de l'espace public) et le public, celui qui « matérialise » l'articulation espace public cinématographique / espace public. Non seulement il offre d'une certaine manière une pratique et des usages aux spectateurs, mais, ce faisant, lui-même interprète les logiques propres au champ, interprète ce qui lui apparaît être « la pratique cinématographique ». C'est là l'aspect médiation et animation de sa fonction que de rendre objectif et compréhensible au spectateur la pratique cinématographique. C'est là la dimension politique de sa fonction que de rendre compte des logiques et formes du « partage du sensible » à travers les logiques et formes de la pratique cinématographique.

Derrière cette problématique discursive relativement simple, derrière cette logique d'échange signifiant et marchand simple, se cache des problématiques de pouvoir ; et ces problématiques de pouvoir sont exprimées, de manière particulièrement manifeste, dans les rapports économiques, dans la manière dont se structure l'économie du champ cinématographique et de l'exploitation.

Le « discours » de l'exploitant implique une prise de position vis-à-vis de l'espace public, mais également au sein du champ de l'exploitation et au sein de l'espace public cinématographique. Ce positionnement implique également un rapport de force au niveau économique. Il s'agira de déterminer les formes idéologiques dominantes propres à l'espace public cinématographique pour évaluer la manière dont cet espace public se confronte globalement aux nouvelles problématiques propres à *l'aisthesis* contemporaines, propres aux

nouvelles possibilités infrastructurelles générées par les NTIC. Or, il apparaîtra que l'espace public cinématographique, dans son ensemble, est moins concentré sur l'idée d'exploiter favorablement ces « torpilles » qu'à viser à maintenir une logique de médiation que, pourtant, nous finirons de démontrer l'inefficience.

C'est que, parallèlement, le marché tend à ingérer l'espace public cinématographique et à l'inscrire comme un élément d'une structuration économique bien plus vaste et plus complexe. L'exploitation cinématographique, dans ce complexe économique, ne serait plus qu'un maillon, un élément de valorisation.

Dans la présente partie, nous allons donc viser à rendre compte de l'élaboration de l'espace public cinématographique, son articulation avec l'espace public et la manière dont il inscrit l'exploitant (circonscrivant ainsi sa perception des problèmes et ses possibilités d'action). Il s'agira à la fois de « cartographier » les rapports de force et de faire l'analyse des structures idéologiques qui soutiennent ce champ.

Il apparaîtra que les difficultés rencontrées par l'espace public cinématographique (ainsi que ses conflits intestinaux) sont l'expression d'une désolidarisation des éléments dialectiques : d'une séparation de l'esthétique et du politique et d'une articulation singulier/collectif qui est moins manifeste. Par exemple, la pratique cinématographique est principalement orientée sur la valorisation du film, de l'expérience filmique ; de même, l'organisation économique en France est principalement organisée autour de la nécessité de produire des films (et beaucoup moins sur la question de leur diffusion).

Du coup, la rationalité des discours et des usages s'engage dans une des deux dimensions de l'expérience, ignorant les déterminations de l'autre dimension qui, implicitement, devient la dimension déterminante. Par exemple, l'on occulte la dimension politique au profit d'une consécration esthétique ; ce faisant, implicitement, on occulte le symbolique au profit de l'imaginaire. C'est ce que fait la plupart des multiplexes, mais également les défenseurs des communautés de fans ; ce faisant, ils oublient à quel point il y a reproduction des logiques idéologiques dominantes, des logiques non réflexives de « partage du sensible ». Inversement, il y a des acteurs qui privilégient la dimension politique, en occultant la question esthétique ; c'est ce que nous reprocherons à nombre de salles art et essai qui prétendent à une diversité culturelle, mais qui n'offre ni une programmation qui rende compte du cinéma dans son ensemble, ni des cadres de projection qui soit acceptable. Ils ne font alors qu'affirmer un point de vue.

C'est précisément l'objet de la *valeur pharmakon*. Et nous trouvons des expressions de cette « valeur » aussi bien dans une approche économique, sémiotique que sociologique du champ cinématographique ; chaque approche exprimant à sa manière ce problème.

La médiation filmique, comme toute forme de médiation, implique une forme de délégation et de reconnaissance de *pouvoir esthétique* (par exemple, le film et l'exploitant délèguent du pouvoir au spectateur). À travers ce pouvoir, le spectateur (mais également à un autre niveau l'exploitant, le cinéaste, etc.) exprime son appartenance et la part collective de son identité. Chacun, à son niveau, possède un pouvoir qui lui permette d'articuler son désir et l'appartenance collective.

Cependant, s'il y a désolidarisation entre des éléments dialectiques, l'on remarque que le désir signifié est celui de l'expression du désir par le pouvoir – une forme de confusion entre identité subjective et appartenance –, c'est-à-dire le désir tel qu'il est exprimé par le champ. Pareil type d'expression du désir est appelé *conatus*, et le *pharmakon* représente, dans ces conditions, une forme de signifiant du *conatus*.

Nous comprenons alors que spectateurs et exploitants, ainsi que les interlocuteurs de l'exploitant (municipalité, CNC, distributeurs...) sont engagés dans un rapport problématique au *conatus* et aux valeurs *pharmakon* ; il apparaît dès lors que les diffusions multi-supports et l'importance grandissante des multiplexes sont moins des éléments problématiques que des symptômes des rapports problématiques au *conatus* et aux valeurs *pharmakon*. Cette partie vise à illustrer à quel point l'espace public cinématographique s'enferme dans ses *illusio* et ne prend pas en compte les problématiques contemporaines (ni ne sait s'y adapter) ; ce faisant, nous verrons à quel point les exploitants sont déjà engagés dans un discours qui est problématique. La troisième partie de la thèse en fera une critique économique et symbolique, visant à construire un autre partage des forces, une autre conception de la médiation cinématographique, dont on trouve des traces et des propositions dans les actions actuelles.

En effet, le succès des multiplexes et des offres multi-supports, ne signifie pas un désintérêt pour les formes plus classiques de diffusion de film. Un spectateur de DVD n'est pas un autre spectateur que celui des salles de cinéma, au contraire ; cependant, cela signifie que la rationalité de ce spectateur est plus complexe que celle du spectateur classique de salle. C'est toute la « théorie » – c'est-à-dire le discours qui supporte cette rationalité – qui change, ainsi que les objets valorisés et les formes de valorisation.

De même, les multiplexes ne révolutionnent pas tant le cinéma qu'ils insistent sur la valorisation de certains aspects du spectacle cinématographique (au détriment d'autres aspects

évidemment). Si ces deux phénomènes sont importants, c'est parce qu'ils ont trouvé une légitimité au sein de l'espace public. Cela signifie que la désolidarisation des éléments dialectiques est comprise comme une sorte d'évidence ; qu'elle antérieure à l'apparition de ces symptômes.

Lorsque l'on analyse les conditions d'unification de la profession d'exploitant dans les années 1970 et encore un peu dans les années 1980, l'on remarque que leur fonction est moins définie qu'elle est assise sur un spectateur imaginaire et fantasmé. Il s'agirait d'un spectateur plus ou moins compétent qui va voir des films, quelles que soient les conditions de projection (c'est l'époque des complexes). Les graves chutes d'audience des années 1980 étaient un signe d'alerte que la profession n'a pas saisie et qui, au contraire, s'est désolidarisée.

La situation actuelle (l'économie bicéphale et le double discours de légitimité) n'est que le développement de cette désolidarisation. Le bouc émissaire change – ce n'est plus la TV, mais maintenant Internet et les multiplexes qui sont les responsables de la crise – mais la problématique reste la même. C'est que l'on imagine que l'exploitation n'est qu'un travail de programmation. Or ce n'est pas le cas. L'exploitant véhicule un discours donnant de la visibilité au champ autant qu'il diffuse des formes. En cela, il donne une certaine image de l'institution, des formes qu'il diffuse et à son public. La guerre entre exploitants pour avoir un blockbuster à sa sortie, et, inversement, la très grande spécification de l'offre, sont autant de manière de légitimer une situation que l'exploitant juge pourtant illégitime et peu pertinente. De même, l'évolution des mesures d'aides du CNC pour les salles art&essai apparaissent comme un contrepois des mesures industrialisantes du plan Lang ; toujours est-il qu'une mesure qui en soit le compromis ne semble pas être à l'ordre du jour.

La problématique devient toujours plus aigüe au fil de l'entrée de nouveaux acteurs dans le champ : groupe de communication, industries spécialisées dans les projections numériques... Et une nouvelle logique industrielle prend forme, englobant l'exploitation : celle-ci ne serait plus que la vitrine, une forme d'appel d'offre à forte valeur ajoutée pour la promotion et la commercialisation de produits audiovisuels. Ces nouveaux acteurs ne font que reprendre et renforcer la problématique initiale ; et s'ils ont un certain pouvoir, c'est parce qu'ils participent d'une logique de déni du symbolique.

Cela ne pose problème que si l'institution cinématographique, si la manière dont l'espace public cinématographique définit la pratique cinématographique, est réduite à la logique propre aux industries de communication. Nous verrons, dans la première moitié de la première partie, que le marché offre un certain nombre de dispositifs qui tendent à réduire la

pratique cinématographique en simple élément de valorisation de pratiques communicationnelles. Pareille situation est aussi le fait de l'espace public cinématographique qui, loin d'offrir une définition claire du cinéma, d'offrir un positionnement clef à l'exploitant, tend à proposer une pratique dont la logique n'est pas si éloignée de celle proposée par le marché global de communication.

En effet, il apparaît que la rationalité institutionnelle oppose deux niveaux économiques du cinéma, apparaissant alors comme deux conceptions antagonistes: l'art versus le divertissement, les multiplexes versus les salles *art&essai*, la salle versus le visionnement sur d'autres plateformes de diffusion... Dans cette configuration, chaque usage, chaque discours, sont autant de prises de position – avec ses propres légitimations - pour une conception ou l'autre. Les stratégies du CNC ainsi que celles de l'État, lorsqu'elles ne s'engagent pas dans une conception, peinent de plus en plus à maintenir cette économie « bicéphale ». Dans la deuxième moitié de cette partie, nous proposerons une critique de l'économie politique et signifiante du cinéma qui veillera à rendre compte du caractère faussé de ces oppositions qui, malgré elles, s'inscrivent dans une seule et même conception idéologique. Simplement, celle-ci s'exprime différemment selon l'origine des discours : les salles *art et essai* seront plus proches de la définition *romantique*, tandis que les multiplexes et les nouveaux dispositifs seront plus proches de la définition *postmoderne*. Dans un cas comme dans l'autre, la question du symbolique est occultée et nous veillerons, à la fin de cette partie, à rendre compte de nouveaux espaces critiques, de nouvelles tactiques critiques qui existent au sein de l'exploitation.

C'est que dans l'organisation de l'espace public cinématographique, dans la structuration progressive du champ de l'exploitation, dans la définition progressive de la pratique cinématographique, dans les rationalités des exploitants, etc., l'on a progressivement oublié une question essentielle : quel pouvoir est délégué au spectateur ?

Le marché a pris une grande importance parce que le marché insiste beaucoup sur le pouvoir du consommateur, veille au moins à laisser croire à un pouvoir d'achat – qui serait le pendant du *point de vue*. Et si notre problématique se complexifie, c'est parce que l'idéologie postmoderne conçoit le pouvoir et le discours de la même manière que le marché ; et que l'idéologie des formes institutionnelles en France, loin d'être alternatives, en sont le pendant spéculaire. Nous voyons se déployer des valeurs *pharmakons* au sein des délégations de pouvoir : au lieu d'une distribution des énonciations, interprétations et des discours, il y a des phénomènes de substitution, où, par exemple, dans le travail interprétatif, l'on pourrait plutôt

tendre à y inscrire une énonciation, etc. C'est, du reste, un écueil que l'on retrouve parfois dans des travaux en sociologie de la réception qui, dans l'insistance de montrer que le spectateur n'est pas un simple récepteur passif, laissent une ambiguïté sur l'articulation entre interprétation et énonciation. À leur décharge, il est important de se souvenir que malgré les réflexions méthodologiques qui sont de plus en plus précises, ces recherches ont essentiellement pour corpus des discours, des énonciations ; il devient alors extrêmement compliqué de redonner de l'importance à la mécanique interprétative, d'autant plus si l'on fait l'impasse sur la dimension esthétique – ce qui devient le cas, au vu des séparations institutionnelles de ces deux méthodes.

Les valeurs *pharmakons* expriment toute l'opacité du rapport entre désir et *conatus*, entre l'articulation singulier / collectif du sujet et la volonté de pouvoir de l'individu. La dissémination de ces valeurs se retrouve aussi bien, nous venons de le dire, au niveau théorique, qu'au niveau de la pratique et des usages. Il y a une subversion de la notion fondamentale chez Kant de *jugement*. Tout le système kantien consiste finalement à contingenter et à circonscrire l'efficace du jugement – qu'il soit de goût, moral ou cognitif. Pour mémoire, c'est bien parce que Kant a vu dans la Raison même un désir, où plutôt pourrions-nous dire l'expression des puissances du désir à travers les mécanismes de la pensée, que son œuvre critique est une réflexion sur les méthodes et impasses des mécanismes du jugement. Il faut bien comprendre que juger, c'est déjà nommer et inscrire l'objet dans une catégorie. Et, puisque « le nom est le meurtre de la chose », nous dit Lacan, les puissances désirantes de la Raison, si elles ne sont pas circonscrites, peuvent être symboliquement – voire, pratiquement - anihilatrices.

En cela, Kant rejoint la critique platonicienne de l'opinion. Platon critiquait les mésusages de nouvelles techniques, lorsqu'elles n'étaient pas inscrites dans une pratique hautement réflexive ; Kant insiste sur la difficulté de constituer cette pratique réflexive. C'est donc l'élaboration de la pratique qui pose problème. Elle pose d'autant plus problème qu'elle ne se déploie pas seulement sur une logique d'usage, mais implique également des relations intersubjectives et ainsi des rapports de pouvoir.

Dans le prolongement de ces remarques, et au vu des problématiques liées aux NTIC et au cinéma, nous voyons bien que le jugement kantien est moins présent dans l'espace discursif que l'*opinion*. Or, émettre une *opinion* est un effet d'affirmation et de moralisme, tandis que le jugement est un acte critique et politique. Pis, si l'on entend les remarques de Laurent Jullier, nous pourrions même entrevoir que les sujets inscrits dans le système de jugement

kantien le subvertissent bien souvent d'une logique de pouvoir²⁵². En effet, comme nous l'avons déjà glissé dans la précédente partie, en France, « *les critères de la qualité esthétique selon Kant ont informé et continuent à informer l'action culturelle de l'Etat Républicain* »²⁵³, c'est-à-dire le fonctionnement du CNC, la Commission de l'avance sur Recette, etc. Il existe, selon l'auteur, une sorte de décalage entre le grand public qui devrait également jouir des biens culturels les plus enrichissants, et les privilégiés qui en jouissent effectivement. Exemple : « *des films français soutenus par l'intervention de l'Etat et qui n'ont plus besoin de la sanction du public pour pouvoir exister* »²⁵⁴ voisinent avec d'autres films vers lesquels des spectateurs se ruent après avoir acquitté leurs impôts. Et Laurent Creton, économiste, de souligner le talent de Nicolas Seydoux, patron de Gaumont, qui a coproduit à la fois *Histoire(s) du cinéma* (Césarisé) et « *Le 5^{ème} élément* »²⁵⁵.

Tous les décideurs ont leur avis sur ce que devrait être le cinéma, et donnent l'argent public en fonction de cet avis. André Astoux, président du CNC au début des 70's définissait ainsi son action : « *nous avons le devoir impérieux d'aider la création à prendre forme et à se diffuser (...) le cinéma devrait être l'anti-fatigue (loin des films qui) par leurs thèmes, leurs images, leurs dialogues, leurs climat, peuvent causer des ecchymoses* »²⁵⁶. Le CNC, depuis joue sur différents plans par le biais de l'avance sur recette : mécénat coupé de l'expérience pratique de consommation des films, intéressements en interne, et investissement sur œuvre populaire qui feront fructifier l'argent à défaut de soutenir une création plus exigeante. « *Comment comprendre l'extraordinaire mansuétude d'un Etat culturel envers un petit nombre de cinéastes soutenus par la Commission et les chaînes de service public depuis deux décennies ?* »²⁵⁷. Si une certaine corruption pourrait être mise en cause, Laurent Jullier présuppose une bonne foi des membres de la Commission et à leurs regards Kantien. Il y a une sorte d'allers-retours entre l'Etat et les *Cahiers du Cinéma* : en 1982, l'Etat français crée l'aide directe, destinée à soutenir des œuvres culturelles à caractère international, les membres

²⁵² Jullier L., *Qu'est-ce qu'un bon film ?*, op.cit.

²⁵³ Leveratto J-M, *La mesure de l'art*, Paris, La dispute, 2000, p.134 (ici, p.233)

²⁵⁴ *ibid*, p.236

²⁵⁵ Laurent Creton, *Godard et l'art stratégique de la redéfinition du métier*, in Actes du colloque de Cerisy « Godard et le métier d'artiste », l'Harmattan, Paris, 2001 ; où il évoque également le rôle de Pierre Lescure, bourgeois gentilhomme retrocédant à la création une part de la rente des privilèges qui lui ont été concédés par les pouvoirs publics.

²⁵⁶ Cité par Frédéric Gimello-Mesplomb, *Enjeux et stratégies de la politique de soutien à cinéma français. Un exemple, la Nouvelle Vague, économie politique et symboles*, thèse de doctorat, université de Toulouse II et CNRS/UTM, Toulouse, 2000, p.118.

²⁵⁷ *ibid*, voir stats p.144-146, entre 1960 et 1999 : René Férêt (10 avances pour 10 films, 4 mandats exercés à la commission), Benoit Jacquot (8 avances pour 10 films, 2 mandats), Cédric Klapisch (4 avances pour 5 films, 1 mandat), Catherine Breillat (5 avances pour 6 films, 2 mandats).

de la Commission sont essentiellement ceux de la rédactions des *Cahiers* ; et le journal, dans un article de février 1986, dresser un bilan élogieux de l'action du CNC...

Il y a donc une problématique analogue entre l'institution et le spectateur, dont l'expression paradigmatique se trouve dans la manière dont se construit la pratique cinématographique. L'hypothèse que nous développerons dans les prochaines pages est que cette situation délicate est notamment générée par la manière dont le champ organisationnel de l'exploitation cinématographique s'est développé, ainsi que de la manière dont la pratique s'est régulièrement redéfinie.

Il s'agit de faire une généalogie de ce champ et du discours qui le soutient. Pareille démarche permettra de saisir à la fois l'émergence du problème actuel et la difficulté que peuvent avoir les exploitants de le percevoir. Cette difficulté rend toujours plus problématique la situation du sujet spectateur, puisque celui-ci est tiraillé entre désir et conatus par les dispositifs de médiation qui se multiplient en-deçà d'une réflexion sur *l'aïsthésis* générés par les NTIC (et dont les expressions artistiques demeurent minoritaires), tandis que le champ cinématographique – jusqu'à présent – n'en connaissait qu'un aspect.

I. L'espace public cinématographique : La construction d'une pratique et la construction d'un champ

C'est précisément l'articulation de l'espace public avec les formes institutionnalisées de cinéma qui vont principalement nous intéresser ici. Si le cinéma existe, c'est parce que le dispositif technique du cinématographe peut produire des objets significatifs au sein de l'espace public. C'est précisément la circonscription de ces significations, des procès de signification qui constituent la pratique cinématographique. Autrement dit, il n'y aurait pas de cinéma, d'art cinématographique ou même de marché du cinéma, sans un discours qui les supporte. C'est l'émergence et le développement de ce discours que nous allons voir.

Ce discours est construit (et prend place dans l'espace public) par des esthètes, par des exploitants, par des cinéastes et des critiques. La construction de la pratique cinématographique a d'abord consisté à légitimer le cinéma. Il s'agit d'une négociation permanente avec l'espace public ; la *signifiance* du cinéma, la légitimité du cinéma est toujours évaluée dans sa relation aux problématiques propres à l'espace public et à sa culture. Cette légitimation, cette pratique s'exprime différemment selon les acteurs : les exploitants tendent à l'exprimer à travers la manière dont ils mettent en scène le spectacle cinématographique, les esthètes à travers la théorisation de l'expression cinématographique, etc.

Ainsi, à chaque moment de l'histoire du cinéma, il y avait une manière particulière de cerner la pratique cinématographique. Chaque moment de l'histoire du cinéma est caractérisé par une pratique spécifique qui rend compte des problématiques socioculturelles d'une époque donnée. Autrement dit, le cinéma n'évolue pas ; il se transforme selon le discours qu'on lui appose, selon les modes de perception d'un moment. Nous défendons dès lors la nécessité de garder une définition « ouverte » du cinéma.

Cependant, s'il y a « négociation » au sein de l'espace public, progressivement le cinéma « s'institutionnalise » c'est-à-dire que l'espace public tend à l'avoir intégré, tend à avoir intégré le discours et la pratique. Le public s'« acculture » au cinéma ; le cinéma s'inscrit dans l'espace culturel. Cela a un avantage manifeste : l'on peut faire de la médiation culturelle à travers le cinéma. Cependant, cela conduit également à un problème évident : si la pratique doit constamment être négociée, en ceci que les contextes et les problématiques socioculturelles changent, la situation française semble rendre la pratique totalement autonome. Pour le dire autrement, la pratique, suite à l'institutionnalisation, est moins « négociée » que normée et reproduite selon le contexte (qui apparaît comme contingence).

Dès lors, les agents du champ se concentrent de plus en plus sur les conflits intestinaux, spéculent et luttent au sein du champ, et le clôt de l'espace public. Comme si, par exemple, la pratique définie dans les années 50 était une « vérité » absolue alors qu'elle n'était que solution signifiante à un moment donné. Certes, nous verrons que les structures économiques ont eu des « améliorations », mais cela s'est engagé dans une direction qui s'avère extrêmement problématique : en effet, il s'agit toujours de maintenir un système qui, manifestement depuis l'émergence des NTIC, doit être totalement refondé.

Dans cette sous partie, nous allons voir comment la pratique cinématographique a émergé en France et voir comment les exploitants ont progressivement orienté leur rationalité en fonction de la pratique institutionnalisée. Nous terminerons par un « état des lieux » de la pratique cinématographique, de l'espace public cinématographique, ce qui permettra de circonscrire la position des exploitants et la perception qu'ils peuvent avoir de leurs problématiques-métier.

Si, l'on s'appuie particulièrement sur l'exemple français, c'est parce que l'organisation économique et institutionnelle de l'espace public cinématographique montre de manière manifeste les conflits entre le marché et l'institution et leurs limites. Mais, ces conflits et ces problématiques se retrouvent, d'une manière ou d'une autre, dans toutes les économies nationales du cinéma. C'est que l'organisation économique n'est jamais qu'une représentation des problématiques symboliques ; derrière l'échange marchand, il y a un échange de signification et de pouvoir. L'organisation française n'est qu'une structuration, qu'une manifestation de ce problème ; cependant, le dépassement de ce problème n'est pas nécessairement relatif à une spécificité culturelle (n'est pas seulement spécifique à la France).

A. La construction de la pratique cinématographique

De manière générale, la pratique cinématographique s'est confronté d'une manière singulière aux problématiques de la modernité²⁵⁸. Cela prend aussi bien en compte les problématiques modernes de la médiation culturelle, que le régime moderne de représentation ainsi que le dispositif cinématographique comme expression du mode moderne de perception et « disposition » des objets et des sujets. Des théoriciens l'expriment, mais le champ de l'exploitation a également saisi et exprimé cette confrontation, notamment à travers ce que nous appelons la « mise en scène du spectacle cinématographique ». C'est dans ce double mouvement que nous devons saisir les changements, les bifurcations, les ruptures (et parfois les retours) dans l'histoire de la pratique cinématographique.. C'est donc sous le prisme des réalisations, des discours et des usages que nous allons ici voir le développement de la pratique cinématographique ; celle-ci a, nous le comprendrons, une relation dialectique avec la rationalité des exploitants.

Selon les analyses, il y a différentes périodisations possibles de l'histoire du cinéma. Compte tenu de notre problématique, nous envisageons de périodiser selon les changements majeurs des dispositifs, ainsi que des changements majeurs au niveau des reconnaissances institutionnelles. Autrement dit, la périodisation que nous proposons a une signification pour l'exemple français et gagnerait à être circonscrit pour d'autres pays. Mais il s'agit surtout de différences de dates, d'un pays à un autre, et de différences d'incidences de l'État dans les processus d'institutionnalisation. Car, malgré sa spécificité au niveau institutionnel – qui permet une haute productivité de films et un vaste parc de salles -, la France rencontre des problématiques à peu près similaires à d'autres pays : baisse de fréquentation pour le cinéma national, domination des multiplexes, etc.

Nous considérons, dans notre travail, cinq grandes périodes de problématisation de la pratique cinématographique :

- De la curiosité scientifique à un art visuel « muet » (1895-1929) ;

²⁵⁸ Nous suivons ici en partie la proposition développée par Jacques Aumont in. Aumont J., *Moderne ? Comment le cinéma est devenu le plus singulier des arts*, op.cit.

- - L'émergence du cinéma parlant et de la condition moderne du cinéma (1930-1959) ;
- - L'institutionnalisation du cinéma : les logiques du marché et la reconnaissance du mouvement art et essai (1959-1980) ;
- - La crise des années 1980 et l'émergence d'un nouveau paradigme (1981-1993) ;
- - Le cinéma inscrit dans une logique de communication (1993-2010).

i. De la curiosité scientifique à un art visuel « muet » (1895-1929)

Le cinéma n'apparaît, au premier abord que comme un objet de curiosité scientifique. Ainsi que le soulignait Deleuze dans ses leçons sur le cinéma, le cinématographe, *per se*, avait alors une valeur scientifique nulle et une valeur artistique nulle. En effet, la capacité de reproduire le mouvement n'était alors pas une exigence scientifique, puisque celle-ci se consacrait plus précisément à décomposer le mouvement. De même, le caractère automatique du dispositif d'enregistrement et de projection ne pouvait pas encore se substituer à la puissance expressive développée dans les autres arts²⁵⁹. On y voit surtout un instrument efficace de reproduction appliqué à des problématiques pédagogiques ou historiques. Cela n'empêche nullement la profusion de « vues » divertissantes et qui plaisent principalement pour leur qualité d'exactitude.

C'est avant tout le dispositif qui est mis en valeur. Afin de maintenir l'intérêt du public, on envoie des opérateurs dans différents lieux, ouvrir des filiales chargées d'exploiter localement le cinématographe. S'ils n'ont pas une grande reconnaissance de la part de leurs employeurs, ils jouissent d'un accueil chaleureux du public – y compris dans les plus grandes Cours d'Europe ; le métier n'est pas défini, mais le désir du public est présent. Ces opérateurs avaient alors une grande liberté quant au contenu de leur projection (qu'ils filment eux-mêmes), puisque la curiosité portait principalement dans la capacité du dispositif à rendre des signes indiciels animés (l'on retrouve d'ailleurs une esthétique de carte postale alors en vogue)²⁶⁰.

²⁵⁹ Deleuze G., *Cinéma*, audio, Éditions Galimard, Paris, 2006

²⁶⁰ Darré Y., *Histoire sociale du cinéma français*, Paris, La Découverte, 2000

Cependant, la curiosité ne suffit pas à rendre le cinématographe intéressant ; il est nécessaire de trouver un lieu où cette « curiosité » puisse avoir du sens. Si le cinéma était au départ plus ou moins sédentaire, les salles Lumière vont très vite cessé de se multiplier. Il était surtout exploité dans les café-concerts, les music-halls et les grands magasins (seuls 9 forains avaient un appareil concurrent dès 1896). La pratique cinématographique tendait alors à n'être qu'une curiosité technique à l'usage de pratiques déjà institutionnalisées.

Cependant, le grand incendie du Bazar de la charité en 1897, attribué à tort au cinématographe, où 125 personnes de la haute société périssent, modifie considérablement la perception que l'on porte sur le cinématographe. Ce sont les forains qui vont reprendre le flambeau de manière manifeste entre 1904 et 1910 – c'est-à-dire là où le phonographe, mais également le kinétoscope ont connu leur première gloire. Le cinématographe était soit inscrit dans un programme, soit le forain s'y consacrait totalement. Les salles mobiles grandissent et la qualité de l'écran évolue (de la toile au bois et stuc). Bien que le cinématographe reste encore une curiosité, les premiers exploitants visent à offrir des cadres de projection de qualité.

Le fait que ce soit les forains qui investissent ce dispositif a une conséquence importante sur son statut social : il s'agit d'une forme de pratique populaire et qui, en ce sens, apparaît totalement illégitime. La pratique cinématographique se résume alors à des projections de comédies, d'actualités reconstituées, de reconstitutions religieuses et, souvent, de scènes grivoises, devant un public populaire.

L'État ne porte d'intérêt au cinématographe qu'en termes d'impôts et l'inscrit sous la réglementation du spectacle forain : 5% de taxe pour le théâtre, 25% pour les spectacles forains puisqu'ils « élèvent moins l'esprit »²⁶¹.

Le milieu est alors sous le contrôle de Pathé, de Gaumont et, à moindre mesure, de la Star Film (de Méliès). Leur logique d'exploitation du dispositif cinématographique est directement inscrit dans la continuité des spectacles de cabarets et des féeries. La pratique cinématographique ne prend sens, dans l'espace public, qu'en fonction des pratiques déjà institutionnalisées. Le champ professionnel du cinéma est d'ailleurs encore confus au sein de l'espace public : *L'illustration*, en 1908, qualifie encore les scénaristes de « librettistes » et les opérateurs de « cinégraphistes » ; de même, dans son enquête sur un tournage de Feuillade, ce journal n'évoque ni le metteur en scène, ni Alice Guy – chargée de production -, mais

²⁶¹ Daré Y., op.cit.

seulement l'opérateur. Le cinématographe est une voie de garage pour les carrières échouées dans le monde du spectacle et ne trouve pas encore sa spécificité. L'actualité, elle-même, n'est pas prise sur le vif, mais reconstituée à partir des dossiers de presse. La pratique cinématographique n'est pas clairement définie : elle se présente, dans l'espace public, à travers les offres des exploitants, l'inscription du cinématographe dans d'autres spectacles, par la manière dont on essaie de définir les fonctions... Bref, une pratique s'inscrit en sibyllin, par la négative, où, à partir des pratiques déjà ancrées avec lesquelles elle est en relation, la pratique cinématographique révèle ses singularités.

Toute la question est de déterminer en quoi cette singularité peut, précisément, être les éléments « positifs » et fondateurs d'une pratique nouvelle. Jacques Aumont résume, de la manière suivante, les critiques d'alors à l'encontre du cinématographe :

« On lui reprochait deux choses. D'abord, sa bêtise, son manque d'élévation spirituelle et culturelle : l'abus du cinématographe, même de la variété dite instructive, ne semble pas devoir agrandir beaucoup les intelligences. Quant au cinématographe dramatique, et, si l'on peut dire, littéraire, il est une parfaite école d'ahurissement » (Rémy de Gourmont, 1914). (...) Le second reproche est plus insidieux mais plus profond : « le cinéma s'est tellement implanté dans nos mœurs, dans notre existence, qu'on ne sait plus si les douleurs sont vraies et les joies réelles et si elles ne sont pas simplement une mise en scène guettée par l'objectif » (article d'un anonyme dans le journal Fantasio, 1914) »²⁶².

Le cinéma fascine en tant que dispositif, mais pose problème dans son articulation avec le réel, notamment par sa puissance « hypnotique ». C'est que précisément le cinématographe exprime les problématiques modernes de l'articulation des progrès technico-scientifique avec l'idéologie et l'esthétique ; pour le dire autrement, ce qui pose problème, c'est que, précisément, le dispositif cinématographique se pose déjà comme critique des systèmes de représentations du siècle précédent. Or, c'est relativement aux critères de la définition de l'art bourgeois romantique et dix-neuviémiste qu'il est jugé. C'est également à l'aune de ces critères qu'il est exploité par les acteurs du champ : que ce soit les fantasmagories de Méliès, les panoramas des Lumière...

Ainsi, le travail de légitimation n'est pas propre à ces entrepreneurs, mais à des penseurs plus ou moins extérieurs au champ professionnel. En effet, seul Edmond Benoît-Lévy, alors opérateur chez Pathé, a vainement tenté de fonder un ciné-club en 1905 ; il réussit

²⁶² Aumont J. *Moderne ?...*, op.cit., p.18-19

cependant à fonder la première revue corporative, *Ciné-photo*. Le cinéma ne peut être reconnu qu'à partir d'agents extérieurs, notamment par le monde du théâtre. Pierre Decourcelles à créer La société cinématographique des auteurs et gens de lettres et les frères Laffite à créé le *film d'art* en 1908. L'ambition de ces derniers, reliés à une prestigieuse revue de théâtre *Comoedia*, vont tenter de donner des lettres de noblesse en associant artistes reconnus et cinéma. En quelque sorte, pour reconnaître une valeur symbolique au cinéma, il fallait l'inscrire dans le système des arts (et dans sa tradition). Sujet historique donc noble, studio dans le chic ouest parisien... Mais le grand film que la société a produite, *L'assassinat du Duc de Guise* (1905), qui a alors connu un grand succès est évidemment décrié aujourd'hui tant le film n'a pas de perspective formelle. La portée de ce film, saisie rétroactivement, a moins été de définir la pratique cinématographique que de montrer, dans l'espace public, qu'il y a un espace possible pour une pratique cinématographique ; si le film ne consacre pas une spécificité de la pratique cinématographique, il illustre que le cinématographe peut véhiculer des discours, peut avoir du sens dans l'espace public.

Ce film a d'ailleurs eu une importance historique: il amène le public bourgeois au cinéma²⁶³. C'est alors que la question d'une définition de la pratique cinématographique devient importante, possible et nécessaire. Cependant s'y trame une tension entre une spécificité industrielle et inscription dans le système des arts.

Benoît-Lévy développe dans sa revue un nombre important de réflexions quant à la légitimation et à la structuration du marché du cinéma. Mais ses théories ne sont reprises que partiellement par les acteurs du champ, afin d'asseoir leur légitimité sans pour autant statuer sur une valorisation du cinéma en tant qu'art. L'exemple paradigmatique est la manière dont Charles Pathé, dans le *Premier Congrès international* à Paris, en 1908, exploite les propositions de Benoît-Lévy : il s'agit de valoriser les films – ce qui n'était pas le cas avec l'exploitation des copies jusqu'à leur usure totale -, ainsi que l'auteur. Pathé ne reprendra que la notion de propriété littéraire et artistique, mais sans la restituer à un quelconque auteur.

Si ce sont des stratégies purement commerciales, elles n'en ont pas moins permis la consécration du cinéma comme art. Les seuls forains qui survivent sont ceux qui se sédentarisent. La *star film*, quant à elle, ne suit plus, tant au niveau économique qu'au niveau formel. Une pratique se déploie, mais à l'aune des incidences commerciales, non en fonction d'un discours identifiable dans l'espace public.

²⁶³ *ibid.*

Le cinéma n'est alors plus un objet exploité par des entrepreneurs indépendants ni réalisé de manière artisanale, et un film ne satisfait plus par le seul dispositif. L'organisation du champ s'autonomise, axant la concurrence sur l'esthétique des films. De même, les discours et théories se concentreront davantage sur les auteurs et les films que sur le seul dispositif filmique. Cependant, de 1909 à 1918, le cinéma change peu : sous la pression des dirigeants, les deux genres fondamentaux restent les reconstitutions bibliques et les comédies, même si il y a une plus grande envergure. Les premières stars sont comiques : Pathé lance Max Linder ; Gaumont la série Bébé... C'est également le début des *serials* et ciné-romans (*Nick Carter* chez Eclair ; suivi un an plus tard par Gaumont avec *Vampires, Fantomas* en 1915), qui connaissent le succès jusqu'en 1919.

Ce que ne comprenaient pas les critiques – qu'ils soient partisans ou détracteurs du cinématographe – était la qualité « transmédiatique » du cinéma, sa capacité à exprimer des logiques propres à tout le système des arts. En effet, par exemple, la logique de *star system* est une reprise du champ théâtral, les *serials* sont des reprises de la logique de la presse de feuillets... La manière même dont est proposé le spectacle cinématographique, dont il est exploité, systématise des logiques antérieures, notamment le café concert. Mais les théories, axées dans un classicisme notoire, articulées sur la logique culturelle du siècle précédent ne prend pas tant cette qualité en compte qu'elle dénigre cet usage « tactique » – pour reprendre l'expression de De Certeau – au profit du public populaire.

C'est que, par-delà les réflexions sur l'esthétique des films, l'on se porte moins sur la dimension symbolique de l'expérience cinématographique que sur sa relation spéculaire au réel et sur ses captations syncrétiques de l'imaginaire d'alors. Cette stigmatisation conduit, par ailleurs, à une réduction de la richesse du public et de la valorisation du spectacle : malgré tout, la pratique cinématographique reste perçue comme la projection d'images « douteuses » devant un public qui n'a aucune capacité de distance symbolique.

L'exemple paradigmatique de cette approche est celle développée tardivement – puisque éditée en 1930 - par Georges Duhamel²⁶⁴. Le chapitre trois de *Scènes de la vie future*, est une charge contre le cinéma : le contenu des films n'est qu'une plate reproduction d'un réel rendu trivial ; mais, pire, l'accompagnement musical, qui « anime » (au sein presque mystique du terme) le film, ne fait que distraire le spectateur, à occulter la platitude de l'image. Les formes d'expression du cinéma sont plus proches d'une *an-esthésie* que d'une

²⁶⁴ Duhamel G., *Scènes de la vie future*, Mercure de France, Paris, 1930

esthétique : c'est un « robinet d'images » et un « robinet de musique », ne laissant pas place aux songes du spectateur. Les conditions mêmes de visionnage, impliquant notamment une massification du public, visible dès l'extérieur de la salle, où l'on fait la queue, mais également l'organisation du spectacle comme leçon de discipline pour le corps et l'esprit, font du cinéma l'exemple paradigmatique de l'échec social assumé de la culture américaine : anonymat, dépersonnalisation...

Ces mécaniques de domination sont occultées par la lumière du clinquant, de type sexuel ou alimentaire au niveau psychique ; on peut entrer et sortir à n'importe quel moment d'une séance, le cinéma n'offre pas son produit comme une œuvre à rencontrer et à conquérir, mais, au contraire, l'œuvre cinématographique

« s'offre, se prostitue. Elle ne soumet notre esprit et notre cœur à nulle épreuve. Elle nous dit tout de suite ce qu'elle sait (...) Elle s'évertue pour nous combler et nous procure toujours une pénible sensation d'assouvissement »²⁶⁵.

Une expression de Duhamel prête à une attention précise : le cinéma est fait pour les foules et l'on n'y traite que les foules et, en ce sens, il a à voir avec « *une chose démocratique* »²⁶⁶. Ce qu'entend Duhamel ici est la dimension « populaire » du cinéma dans son sens le plus péjoratif, où se mélangent les publics au même titre que se mélangent actualité, publicité et divertissements basés sur des poncifs. Mais nous pouvons entendre la « chose » au sens lacanien, à savoir, ce qu'il reste et qui n'est pas nommé ni identifié par le système symbolique. Et si Duhamel, à l'image d'autres penseurs, semble critique à l'encontre du cinéma, c'est précisément parce que ce spectacle renvoie, de manière spectaculaire, un plaisir qu'ils ne savent pas concevoir et, surtout, renvoie, de manière spectaculaire, la pesanteur des rapports sociaux. C'est précisément cet aspect idéologico-industriel du cinéma qui le singularise des autres arts et qui lui permet une pérennité que les autres arts ne connaissent pas.

Nous avons déjà vu comment Cavell, autre auteur américain, bouscule précisément les constats de Duhamel en valeur positive et démocratique. Le cinéma, interprété en fonction de l'articulation réel / imaginaire / symbolique qu'il propose, et non pas seulement en référence aux arts légitimes – c'est-à-dire à des conventions symboliques –, prend une valeur de chose permettant un rapport critique à la réalité. Mais, pour l'heure, les partisans comme les

²⁶⁵ *ibid.*, p. 51

²⁶⁶ *ibid.*, p.40

détricateurs ne savent pas comment déterminer une possible *artisticité* du cinéma²⁶⁷, ni quelles seraient les conditions relatives au cinéma comme art. Tout le problème étant d'élaborer une esthétique aussi neuve que le propose le dispositif technique, alors que les logiques culturelles sont encore inscrites dans des conceptions dix-neuviémistes²⁶⁸. C'est précisément la question de la distance symbolique, telle qu'exprimée par le dispositif cinématographique, qui pose problème.

Il y a cependant dès les années 1910 des recherches formelles – que l'on qualifie depuis de « primitivismes » - qui explorent les moyens d'expression du cinématographe. Cet ensemble comprend, comme exemples notables, l'école de Brighton qui systématise l'emploi du gros plan, mais également Eisenstein dont le travail sur le montage alterné est considérable, ainsi que Griffith qui pose les bases du montage narratif que l'on exploite encore. Ces films ne font pas encore réellement école au sein du champ, mais conduisent à un regard neuf porté sur le cinéma, puisque celui-ci semble avoir des moyens d'expression propre qu'il s'agit de qualifier. C'est que, à travers les essais formels, s'illustrent des problématiques proches de celles de l'art moderne : l'intérêt du cinématographe n'est pas tant dans les prédicats symboliques qui conduisent à la représentation (c'est-à-dire dans l'accumulation de signes culturels légitimes identifiables dans un film) que les effets que les échelles de plan, le montage produisent sur l'interprétation ; il y a disjonction entre l'objet et l'objet filmé, entre ce qui est perçu et le regard. Le cinéma est manifestement une pratique symbolique, qui prête à l'interprétation et qui problématise le *regard*.

La transition du « cinéma curiosité » au « cinéma comme art » se retrouve dans le grand écart entre les critiques acerbes de Duhamel et les théories de Delluc. En effet, les premières théories considèrent principalement le cinéma comme copie d'enregistrement : Canudo dit en 1911 « *le cinéma n'est pas encore un art, car il (...) est asservi à la copie d'un sujet* » (la naissance du 6^{ème} art, essai sur le cinématographe). C'est un article fondateur parce que Canudo développe une conception du cinéma totalement émancipé de la littérature, du théâtre... mais, le cinéma ne pouvait être qu'art en devenir ; ce que reprend Delluc en 1917.

²⁶⁷ Nous reprenons ici l'expression de Laurent Creton – *artisticité relative* – qui définit la valeur artistique du cinéma.

²⁶⁸ Ces conceptions dix-neuviémistes ne seront pas achevées avec le développement d'une pensée résolument moderne ; bien au contraire, elles ont évoluées – se sont pourrait-on dire institutionnalisées et « modernisées » (c'est-à-dire ont modifié un peu le registre imaginaire) - et subsistent encore actuellement.

Delluc est quant à lui le premier vrai critique de cinéma : ainsi, si la pratique cinématographique lui apparaît en construction (puisque l'art cinématographique est en devenir), Delluc tend, par son travail de critique, à institutionnaliser le jugement esthétique porté sur les films. À partir de 1914, les revues spécialisées se multiplient, de même que la critique dans la presse généraliste (jusqu'à alors, tout au plus il y avait des résumés des films plus ou moins promotionnels et la seule revue spécialisée était corporative).

Ainsi, suites aux expériences formelles de certains cinéastes, l'on découvre des problématisations du symbolique propres au cinéma. La question du jugement esthétique apparaît avec le geste fondateur de Delluc. Ce sont ses théories qui vont donner une première grande définition de l'art cinématographique.

Dans le cinéma américain, puis progressivement français, il déniche des « bribes d'art », des « beautés du hasard » (inversement, il attaque les autres pour vulgarité) ; ces éléments constituent ce qu'il nomme la *photogénie*. Obligé de célébrer tout ce qui peut faire du cinéma un art, il défend le *film d'art*, mais rêve d'un cinéma « qui dépasse l'art en étant la vie »²⁶⁹. Nous devons mesurer toute l'ambiguïté de sa formulation, parce que tous les développements ultérieurs de la pratique cinématographique participent de cette ambiguïté. Le « dépassement de l'art » peut être entendu de deux manières : soit comme « dépassement » du symbolisme et des critères de jugements propres au XIXe siècle (ce qui explique sa relative insatisfaction à reconnaître le *film d'art*) ; soit comme espoir de voir émerger une « œuvre d'art totale », qui offre une saisie immédiate de l'existence (et là, au contraire, l'on est de plain-pied dans l'idéologie *dix-neuviémiste* et dans le déni du symbolique). Delluc n'offre aucune réponse nette à ce sujet et, de fait, toute l'histoire de l'institutionnalisation du cinéma oscillera entre ces deux pôles. La « réponse » de Delluc serait peut-être à trouver dans son panthéon des cinéastes qui ont une prétention artistique, mais on n'en connaît désormais presque plus aucun.

À cette première définition, Delluc adjoint un travail d'institutionnalisation très important. On lui doit notamment l'invention du mot « cinéaste », les « ciné-clubs », et la critique savante. Elie Faure, Blaise Cendrars, Fernand Léger, Maurice Ravel, Jean Cocteau participent alors au CASA – *Club des Amis du Septième Art* – autour de lui.

Cette première grande institution du cinéma, qu'est le CASA, comprenait aussi d'autres critiques et cinéastes qui formeront l'avant garde : L'Herbier, Dullac (qui débute en

²⁶⁹ Darré Y., op.cit.

1911) et Gance (qui débute en 1912). Ces derniers subissaient, pendant la guerre, nombre de contraintes (notamment des commande de films de propagande) qu'ils sublimaient au niveau formel. Ils vont systématiser un mépris du fond, au profit d'une mise en avant des différences formelles entre le cinéma et les autres formes d'art. Ce mouvement comprend Epstein et Delluc. Il s'agit de faire le contre-pied des tentatives d'anoblissement précédentes et contre le cinéma dominant. Autrement dit, la modernité cinématographique, telle que perçue par les avant-gardes, est une conception du moderne comme « l'appel au nouveau », comme refus du traditionnel, et fait alors l'impasse sur la question de l'héritage, du lien, du prolongement ; or, dans cette logique dialectique, ils ne quittent finalement pas la sphère même qu'ils critiquent. Par ailleurs, c'est ici que l'on voit émerger la problématique que nous avons signalé dans l'introduction de ce chapitre : les logiques d'institutionnalisation tendent les acteurs à considérer leur champ comme autonome, ce qui les conduit non plus à penser leur pratique en relation à l'espace public mais, au contraire, contre lui, en spéculant. La valeur esthétique d'une œuvre n'est plus tant évaluée en fonction des relations signifiantes qu'elle offre que dans sa posture discursive contre une certaine conception de l'art. Et si, pour l'heure, ces spéculations ne sont que le fait des cinéastes – et encore, d'un certain groupe de cinéastes –, cette logique a-dialectique va s'étendre à l'ensemble de l'espace public cinématographique puisque cette logique participe du discours de légitimation du cinéma, participe de la définition de la pratique cinématographique.

Il s'agit néanmoins d'un bond paradigmatique pour le champ : « *du cinématographe au cinéma, ce qui s'actualise, c'est donc le passage d'une technique à un art moderne, d'emblé et tout entier moderne* »²⁷⁰. Les recherches formelles et les premières théories de cinéma, notamment celle de Delluc, renversent les trois principales problématiques du cinématographe comme curiosité technico-scientifique qui peut possiblement être objet esthétique. D'une part, il n'apparaît plus comme une simple attraction foraine : le cinéma séduit de plus en plus le public bourgeois, ainsi que des acteurs plus légitimes. Par un jeu de langage ironique, l'attraction devient une conception eisteinienne de montage – le « montage attraction ». Ensuite, en relation avec le premier point, le cinéma n'est plus explicitement contraint aux critères symbolistes de l'art bourgeois du XIXe siècle : le culte de la *photogénie* – comme puissance du dispositif – qui permet, selon Delluc, de laisser une place prépondérante au hasard, fait du cinéma l'outil d'un nouveau rapport au réel. Enfin, ce rapport au réel est d'ailleurs le renversement de l'inutilité primordiale du cinéma comme pur

²⁷⁰ Aumont J., op.cit., p.23

enregistrement du présent ; il y a un rapport symbolique exprimé de manière spécifique par le dispositif. En effet, le cinéma ne semble pas seulement archiver le présent, mais offrir une manière de s'y confronter.

Les années 1920 sont une époque particulièrement singulière dans l'histoire de la pratique cinématographique : elle est une période faste où toutes les dimensions du cinéma sont comprises au sein du champ et partagées par tous les acteurs. Autrement dit, la pratique cinématographique était clairement définie et (re)produite par l'ensemble des acteurs : il y avait une sorte de continuité entre l'espace public, les cinéastes, les critiques et les exploitants.

C'est, par ailleurs, la dernière période où le champ est économiquement autonome et autorégulateur (c'est-à-dire pas encore mis sous tutelle de l'État). Un ensemble de phénomènes apparaissent – ou se consolident – alors et participent pleinement de la définition encore actuelle de la pratique cinématographique.

Cependant, s'il y a ici les fondements de la pratique actuelle, il y a deux remarques qui marquent la singularité de cette époque. D'une part, il y a une continuité logique entre les différents acteurs et un souci commun de produire et de diffuser un art, de participer à sa définition et ce, en reconnaissant les différents points de vue possible. Ainsi, la pratique d'avant garde côtoie la pratique plus proche du « divertissement populaire », ces deux approches apparaissant comme deux manières d'entrevoir la puissance expressive du cinéma. Cependant, d'autre part, cette unité n'est pas seulement l'expression d'un souci commun de l'art ; c'est aussi l'expression d'un souci commun de préserver une industrie et, en sibyllin, de préserver une identité nationale. Il y, en effet, un rapport ambigu entre la défense de l'art cinématographique et la défense de son industrie, et, derrière cette défense, se cache des enjeux politiques et culturels. Nous postulons que c'est pour des raisons politiques que l'espace public a été reconnu et que c'est l'occultation de cette « reconnaissance » au profit de son résultat que l'espace public cinématographique tend à se fermer dans ses propres principes historiques.

Les années 1920 sont donc une période où les cinéastes – qu'ils soient d'avant garde ou tournés vers le « divertissement populaire » -, les critiques et les exploitants tendent vers

une logique unitaire. Cela n'empêche pas que, selon leurs pratiques, ces différents acteurs éclairent un des aspects de la pratique cinématographique.

Toutes les avant-gardes posent le cinéaste comme artiste ; d'ailleurs les génériques sont à ce titre souvent très explicites. La « marque » du film n'est plus le studio où il a été produit, mais bien le cinéaste qui le met en scène. Cependant ces avant-gardes n'existent que parce que les maisons de production traditionnelles les financent directement ou indirectement.

Dès, 1908, les maisons de production produisent les deux formes de films et les cinéastes sont amenés à tourner des films avant-garde et commerciaux. Peut-être s'agissait-il d'une diversification de l'offre afin de toucher tous les publics ? Peut-être, plus simplement, y a-t-il une fascination propre à la découverte de formes expressives, fascination que l'on peut commercialiser ? De fait, pour ce qui concerne les longs métrages exploités dans le circuit traditionnel (les salles spécialisées n'apparaissent qu'en fin de période, en 1928), l'avant-garde connaît un certain succès, avec Gance et L'Herbier surtout, ce qui leur permettra d'avoir des budgets conséquents²⁷¹.

La théorie du cinéma comme art se développe principalement dans les clubs élitistes que sont alors les *ciné-clubs* ; de même Canudo continue d'écrire, dans la presse spécialisée puis générale (Le mercure de France en 1920), accompagné bientôt de Moussinac, Colette, Elie Faure. *Le manifeste des sept arts* est un moment important (1921) : il parachève la reconnaissance du cinéma dans le système des arts ; autrement dit, il inscrit la logique imaginaire et symbolique du cinéma au sein de l'espace public. Le cinéma est comparé à tous les arts sauf la littérature et le théâtre ; privilégiant l'aspect plastique, l'aspect rythmique... Le cinéma apparaît comme la synthèse de tous les arts, comme un art total qui les dépasse tous !

« art de l'espace et du temps (...) et par là il participe des caractères de tous les arts et, dernier survenu, semble appelé la première place » (Moussinac, 1925) ; le « plus puissant des arts plastiques » (L'Herbier)²⁷².

Elie Faure participe de ce rêve et voit dans le cinéma un art triple, « car il y a conception, composition, création et transcription sur l'écran »²⁷³. Nous voyons cependant bien ici la persistance du dix-neuvième siècle dont on a évoqué le caractère problématique. Il s'agit finalement d'une perception du cinéma comme art pictural et purement représentatif, qui est

²⁷¹ Darré Y., op.cit.

²⁷² Darré Y., op.cit.

²⁷³ Darré Y., op.cit.

surtout saisi à l'aune de critères antérieurs ; de même, en excluant son rapport signifiant au théâtre, l'on rejette certes le « théâtre filmé », mais, dans le même mouvement, l'on rejette la question du cinéma comme spectacle, la question de la relation signifiante au sein de la salle. L'héritage théorique de cette période conservera ces impasses.

Cependant, comme on l'avait déjà vu avec le *film d'art*, le soutien des industriels s'inscrit dans une période où le marché est perturbé (en 1919, suite au début d'attaque d'Edison en 1908, le marché nord américain est exclusivement composé de films nord américains ; ceux-ci commencent à prendre de l'importance sur le marché européen). Les grandes maisons de production commencent à se désengager de la production, et plus encore de la production avant-garde. L'heure de la grande industrie cinématographique française est révolue.

Cela pose de réels problèmes. D'une part, s'il y avait unité de discours, visée commune de la part des acteurs, cette visée, cette unité se manifestait dans l'unité au sein même du marché ; que les sociétés de production se développent avec une propositions diversifiée de films illustre à quel point la demande est souple, riche, diversifiée, et qu'elle est néanmoins circonscrite, qu'elle peut être unifiée. La théorie cherchait une unité de compréhension des relations signifiantes et le marché en exposait les expressions en termes d'échanges marchands. Si le marché s'écroule, c'est l'unité même de la pratique qui perd une forme d'objectivation. (Nous reviendrons sur ce point à la fin de cette partie, pour insister sur le fait que, si nous critiquons les logiques de marché, nous ne devons pas en faire l'impasse ; de même, réciproquement, si le marché tend à standardiser et à unifier l'offre et la demande, il perdrait beaucoup à ne pas laisser place à des formes alternatives). Cette « objectivation » perdue tend à être comblée par des propositions politiques, par des discours qui, derrière les enjeux économiques, visent un protectionnisme culturel voire la défense d'une identité nationale.

Autre problème corrélatif : les acteurs se désolidarisent et visent à affirmer leur point de vue, leur conception de la pratique cinématographique au sein de l'espace public. Au lieu de développer une théorie générale du cinéma, progressivement, les différents acteurs vont s'inscrire dans une logique précise et une définition précise, vont tendre à radicaliser leur démarche et à concevoir leur définition de la pratique comme exclusive des autres (notamment excluant toute forme d'héritage du cinéma précédent).

Ainsi, à l'image des films, les théories se développent plutôt en négation : négation du cinéma des « mercantis » ; se développent contre les discours négatifs portés sur le cinéma.

On défend le caractère populaire du cinéma :

« comme le théâtre d'Eschyle, de Shakespeare et de Molière, le cinéma sera populaire ou ne sera pas » (Moussinac) ; « ce spectacle, mieux que tous les discours et que tous les livres, en même temps qu'il rapproche les diverses classes sociales (...), crée peu à peu un état d'esprit universel humain » (Jacques de Baroncelli, « le cinéma au service d'une humanité meilleure » in. *Cahiers du mois-cinéma*, 1925).

Le cinéma est un instrument au service de l'éducation des masses, voire le ciment d'une humanité nouvelle²⁷⁴. Il n'en demeure pas moins que c'est sous l'aspect populaire que le cinéma est rejeté par les financiers et ce sont les critiques, en tant que représentants institutionnels du jugement esthétique, qui défendent la diversité du cinéma. Ainsi, par exemple, Delluc de dire : « nous, public, réclamons le film d'art, le film cérébral au besoin, lyrique s'il se peut, stylisé dans sa matière et symbolique dans sa donnée ».

Cependant, Delluc n'offre pas une définition complète du cinéma, mais défend le cinéma tel qu'il apparaît important à ses yeux ainsi qu'aux yeux du CASA. Ce sont donc des élites, avec des *habitus* d'élites, qui prétendent défendre le caractère universel du cinéma. Cette propension du champ à « parler au nom du public » - en faisant abstraction de ce qu'implique un pareil geste – devient un élément important de *l'illusio* du champ, et contribuera à des effets pervers, notamment, nous le verrons vers la fin de ce chapitre, dans le cas des complexes.

Des élites qui défendent un cinéma populaire, le grand public qui va régulièrement voir des films avant gardes, le cinéma des années 1920 semble paradoxal. Mais il ne l'est que selon notre point de vue contemporain – qui est déjà acculturé à des distinctions de cultures cinématographiques. Ici, l'on voit émerger la pratique et, dans cette émergence, il y a évidemment un grand nombre d'expérimentations, une grande curiosité de la part du public. Delluc n'était d'ailleurs peut-être pas très éloigné des jugements esthétiques de ses contemporains. Au contraire, il existe des points de rencontre historiques, où se rejoignent les discours institutionnels de jugement de goût et l'espace public (et donc une rencontre entre l'espace public cinématographique et l'espace public) – la *Nouvelle Vague* en sera un autre exemple ; le problème est de croire que les acteurs institutionnels sont dès lors garants d'une

²⁷⁴ *ibid.*

« vérité » absolue et ontologique du cinéma et de sa pratique, là où ils n'ont trouvé qu'une structuration idéologico-technique temporaire. C'est dans la croyance d'être « détenteur de savoir » que les acteurs de l'espace public cinématographique tendent à oublier l'espace public, à ne plus le prendre en compte dans leur rationalité.

Le cinéma offre les sensations ambiguës de la modernité et il n'existe aucune catégorie et aucun critère qui permette de juger la pertinence du cinéma, ni même les formes souhaitables du cinéma. En effet, les essais symbolistes – dont l'exemple paradigmatique est l'expressionnisme allemand - ont échoués : en effet, les sensations que procurent ces films ne sont réduites qu'à un premier stade de signification, dont l'appareillage sémiotique est lourd, pour aboutir finalement à un signifié relativement décevant²⁷⁵. Il s'agit donc, très précisément, d'insister sur les sensations et de percevoir comment le cinéma rend compte des sensations paradoxales de la modernité.

Les cinéastes et les critiques oscillent alors entre culte de la vitesse et tradition (ne serait-ce que pour la fustiger). Tandis que l'art moderne critique l'idée de représentation et vie à insister sur le processus de conception, cette problématique est explorée au cinéma à l'aune de la question du rythme et de la vitesse. Les théories esquissent alors les traits constitutifs du cinéma qui est analogue aux paradoxes modernes :

« L'idée de rythme, en effet, quoique cruciale, est déjà banale en 1925, et toujours diaboliquement difficile à définir. Lorsque Epstein en revanche reprend le mot de Delluc, « photogénie », il en donne d'emblée une version biface. D'un côté, c'est un mot « cul-cul la praline » (Cendrars), prolongeant l'héritage symboliste sous son aspect mièvre et carte postale, celui que fustigera « Le Ballet Mécanique » dans les plans de l'escarpolette. Mais il y a aussi une photogénie « nervosiste », celle de Chaplin, celle du héros hystérique, et, dans une stupéfiante anticipation de Deleuze, celle du héros fatigué. D'un côté, les brumes et les gazes, le flou artistique et les photos de Julia Cameron ; de l'autre, les klaxons et les raccords brutaux, le cinéma comme un fluide nerveux où le geste contamine le geste »²⁷⁶.

Cependant, le problème rencontré aussi bien par ces théoriciens que par ces artistes est leur absence d'écho au sein de l'espace public ; se développe alors un mépris du grand public, ou plutôt son assimilation aux « mercantis ». Les esthètes conçoivent une pratique cinématographique qui exprime les perceptions de l'homme moderne ainsi que l'ambiguïté

²⁷⁵ Aumont J., *Moderne ?...*, op.cit.

²⁷⁶ Aumont J., *ibid.*, p.27

des représentations cinématographiques (la *photogénie* est en somme acceptable à l'aune de la logique de représentation, mais aussi comme critique de toute forme de représentation) ; mais ils ne l'articulent pas à l'héritage formel, ni aux autres pratiques cinématographiques. C'est pourquoi, progressivement, le public ne suit plus leurs propositions. Cela engage une réflexivité dont les critiques ne donnent aucune théorie.

Mais il y a aussi eu un contre-mouvement, une défense du cinéma comme art contre l'art : les surréalistes stigmatisaient cette recherche permanente de légitimité culturelle. Apollinaire, les dadaïstes, les surréalistes, Tzara, Desnos ont systématiquement privilégié le cinéma que l'avant garde vilipendait (Feuillade, Méliès). Ils étaient épris de ce caractère vulgaire du cinéma, y voyaient une poésie involontaire ; ils ont même inventé une certaine forme de consommation cinématographique (aller d'une salle à une autre au hasard). Mais ils devenaient des « terroristes » : rien ne convenait à leurs goûts, y compris des films que leurs propres congénères ont fait ; seuls ont eu grâce à leurs yeux *âge d'or* et *un chien andalou* de Bunuel et *entr'acte* de René Clair²⁷⁷. C'est qu'ils ne se posaient pas comme alternatives aux esthètes : ils étaient simplement les pendants spéculaires des esthètes, dans un même rapport dialectique (justement qui est a-dialectique). C'est moins la question du rapport symbolique que posent les surréalistes que la défense d'un imaginaire opposé aux esthètes. Ainsi, loin de renouer l'institution naissante du cinéma avec le public, ils ont fini d'établir la séparation radicale. Au lieu de penser les relations signifiantes entre le film et son public, les acteurs institutionnels vont privilégier des spéculations sur ce qui serait l'imaginaire cinématographique, l'expression cinématographique recevable.

Cette tendance à l'enfermement de l'institution sur elle-même se trouve, par ailleurs, renforcée à travers la victoire de Moussinac lors d'un procès intenté par le directeur de *ciné-romans* qui a considéré la critique d'une de ses œuvres comme « dénigrement industriel ». Il y a une légitimité de la critique cinématographique et le cinéma n'est plus une marchandise, mais un bien intellectuel. De nombreux essais se développent, une première histoire du cinéma voit le jour (George Michel Coissac, 1925). Des salles spécialisées se créent (futurs salles *art et essai*) dès 1924 et donnent à voir le meilleur du cinéma étranger (danois, allemand, soviétique) et qui vont influencer la production française²⁷⁸.

La *revue du cinéma* apparaît en 1929 et réunit la nouvelle génération de critique : notamment Jacques Mauclair, animateur au *studio 28*, mais aussi Denis Marion, et surtout Roger

²⁷⁷ *ibid*

²⁷⁸ Darré Y., *op.cit.*

Leenhardt (futur maître à penser des cahiers du cinéma) ; font aussi partie, Luigi Pirandello, Robert Desnos, Michel Leiris... Cette revue attaque de front les conceptions défendues par l'avant-garde précédente. Ils vont d'ailleurs réhabiliter Feuillade et Méliès, consacrant à ce dernier un numéro entier ainsi qu'une séance d'honneur, le tirant de la boutique de jouet qu'il tient à Montparnasse et posant ainsi la première pierre du mythe fondateur du cinéma : Méliès, premier artiste du cinéma, tué par le commerce. Cette revue, qui interroge d'une autre manière l'honorabilité du cinéma disparaîtra au bout de deux ans ; cependant, dans sa forme éditoriale, cette revue a posé les bases que nous voyons encore aujourd'hui.

Nous venons donc de voir la première grande construction de la pratique cinématographique et la construction corrélatrice de l'espace public cinématographique. Pas d'existence sociale du cinéma sans discours qui l'inscrit dans l'espace public. La grande problématique a été d'objectiver la singularité de l'articulation réel / symbolique / imaginaire telle que peut le proposer le dispositif.

Il y a co-incidence de la logique de marché et de la logique théorique dans la construction de la pratique. Ce sont deux versants d'un seul et même problème, à savoir : quelle est la fonction du cinéma au sein de l'espace public ? La logique de marché voit qu'il y a un commerce possible, et il s'agit de déterminer les logiques d'échange, la nature du produit et la manière dont on peut le valoriser. La théorie voit qu'il y a un discours qui peut être produit par ce dispositif, que des gens s'y intéressent et il s'agit de pointer ce qui caractérise le sens produit par ce dispositif et la signification que l'on peut lui apposer.

Une première forme institutionnelle est apparue dès lors qu'un discours théorique et un marché se sont constitués et ont offert une pratique cinématographique. Bien que le cinéma ne soit pas encore reconnu par l'État – et donc se trouve encore soumis à des réglementations rédhibitoires -, il trouve une importance au sein de l'espace public en ceci qu'il rassemble nombre de spectateurs (et donc, qu'une économie est instituée, avec des logiques de concurrence) et qu'il est reconnu par des acteurs participant d'autres champs culturels.

Cependant le marché s'écroule et, derrière la fragilité du marché, c'est la fragilité de l'équilibre trouvé qui se révèle. Loin de réengager une structuration socio-économique, les acteurs institutionnels vont tendre à radicaliser leur conception de la pratique cinématographique. Et, puisque le marché est exclus, l'on rejette dans le même mouvement un indice de la « demande » du public, un indice de l'articulation entre pratique et usages, de

l'articulation entre espace public cinématographique et espace public. Et les théoriciens, au lieu de problématiser concrètement les logiques symboliques à l'œuvre au cinéma, vont tendre à lutter les uns les autres au nom d'un imaginaire spécifique. Ainsi, bien que visant à manifester la modernité du cinéma, ils ne rendent pas compte de la dimension absolument critique du dispositif – la nécessaire distance symbolique qu'impose notamment le dispositif de projection – et contribuent, malgré eux, à reproduire une définition de l'art cinématographique dans les critères propres au dix-neuvième siècle, à le contraindre à des problématiques de représentation. (Nous faisons remarquer, en passant, à quel point la question de la salle de cinéma est peu traitée, au privilège de la problématisation de l'esthétique du film. C'est aussi cette occultation qui conduit à des développements de la pratique qui se concentre exclusivement sur les films, ainsi que le développement d'un marché organisé autour de la production et de la diffusion de films. La situation contemporaine n'est que le résultat logique de ce développement. C'est pourquoi, nous y reviendrons dans notre critique de l'économie politique et symbolique du cinéma dans la troisième partie).

ii. L'émergence du cinéma parlant et de la condition moderne du cinéma (1930-1959)

Si le dispositif technique de cinéma sonore a très tôt été expérimenté, son inscription dans la pratique cinématographique date du tournant des années 1930. C'est suite à des problèmes économiques que le marché inscrit cette technique dans l'offre et « force » l'ensemble du champ à l'intégrer dans la pratique. Cela a conduit à une redistribution des pouvoirs au sein de l'exploitation – puisque de nombreux exploitants n'ont pas pu s'adapter, pour des raisons économiques, mais également parce qu'ils n'ont pas saisi le changement épistémique de cette technique -, mais également à tous les niveaux de la filière cinématographique.

Si le champ de l'exploitation a dû se mobiliser au profit de cette nouvelle technique, c'est parce qu'elle répondait à une nouvelle attente et que tout un discours la supportait. Le parlant a cependant terminé la rupture entre l'avant-garde et le grand public, car il va contribuer à une présence plus prégnante du système industriel américain. La logique propre

au système américain participe plus directement d'une pratique cinématographique du parlant que la pratique telle que définit alors en France.

Apparaît alors ce qu'Aumont nomme « *une normativité d'essence classique (de masse)* »²⁷⁹, c'est-à-dire établir la pratique cinématographique sur des méthodes narratives et un rapport au réel qui sont déjà acquis. En effet, pour la plupart des artistes et des théoriciens, l'apport du son semble mineur, une sorte de soutien superflu aux images. Loin de se confronter à la problématique symbolique et de distance symbolique, l'on semble différer cette question et la déléguer à la technique sonore comme renforcement de l'image, comme adjonction de signe à la représentation. En quelque sorte, la technique semblerait nous enjoindre à dénier cette question.

Pourtant l'apport de la technique du parlant a eu une grande incidence pour les exploitations. Non seulement, nous l'avons dit, cela change le parc des salles, avec de nombreuses faillites, mais cela change la nature même de la médiation qui s'opère au sein des salles de cinéma. Les figures de boniments et de conférenciers – qui adjoignaient au film un discours – disparaissent puisque c'est le film qui contient en son sein les éléments d'intelligibilité. C'est aussi à cette période que l'on commence à exiger le silence pendant les projections. Cette pratique est loin d'être généralisée, mais elle apparaît progressivement comme une évidence : c'est que, si l'on ne conçoit pas cette nécessité au niveau symbolique (où le spectateur doit être une sorte de recueillement), on la conçoit au moins comme pragmatique (impossible de suivre le film si l'on n'entend pas le son). Il y a là des problématiques majeures qui ne sont pas prises en compte dans la pratique cinématographique d'alors : ni au sein des théories (qui se consacrent exclusivement au film), ni même dans la manière dont les exploitants mettent en scène le spectacle cinématographique. En effet, ces derniers veillent moins à créer des conditions symboliques et pragmatiques propres au parlant qu'ils ne perçoivent, dans l'unité de sens que commence à avoir le film, la nécessité de faire une bonne programmation. La rationalité des exploitants (nous y reviendrons dans le chapitre suivant) est moins propre à une activité d'animation et de médiation qu'elle se consacre principalement à l'aspect programmation. C'est dire si les exploitants eux-mêmes commencent à se séparer de leur public, en spéculant avant tout sur ce que produit l'espace public cinématographique.

Si le *corporatisme* se développe, au niveau de l'espace public cinématographique, c'est aussi parce qu'en 1934, sous l'effet de la crise, la fréquentation chute et conduit à des

²⁷⁹ Aumont J., *Moderne ?...*, op.cit.

faillites, dont la plus retentissante est celle de Pathé-Natan (alors que le cinéma américain, qui voit l'export comme du pur bénéfice gagne des parts de marché). Gaumont est dans une situation délicate et l'État intervient par l'intermédiaire des banques ; cela suscite des craintes de l'autorité de l'intervention de l'État d'autant qu'elle est effectuée par Jean Zay, alors ministre de l'éducation et qui déclare vouloir contrôler la production.

Jusqu'en 1930, l'État méprise le cinéma et y voit un danger potentiel pour l'ordre public et la taxe en conséquence. Du coup, les appels à contingences des syndicats pour les import et export, notamment à cause des américains ont bien peu intéressé les pouvoirs publics (première démarche en 1928, par le décret Herriot, ministre de l'instruction ; ce n'est qu'en 1932 qu'on définit clairement ce qu'est un « film français »). Le seul signe d'avancée avant 1930 était l'inscription du secrétariat d'état aux beaux-arts au ministère de l'intérieur comme tutelle en cinéma en 1919 (mais cela a surtout des objectifs de censure ; avec une équipe composée d'administration et de quelques membres du milieu). Cette commission sera remplacée en 1931 par le comité national chargé du contrôle moral et politique (dirigé par un fonctionnaire de l'Intérieur).

Le changement d'attitude de l'État s'accompagne d'un ensemble de discours qui visent à définir la pratique cinématographique. D'une part, le cinéma deviendrait un dispositif de l'État et de l'éducation des masses. Eugène Lantier, sous-secrétaire d'état aux beaux arts évoque une aide sélective en 1930 dans un but d'éducation et de moralisation. Vu les usages politiques du cinéma dans d'autres pays d'Europe, cela conduit à une véritable réflexion en terme de politique culturelle. Cela ne modifie cependant toujours pas la lourde imposition. Le successeur de Lantier, Maurice Petsche fonde en 1930 le conseil national du cinéma afin « d'assainir » l'industrie cinématographique en vue d'une éducation sociale : il s'agit de coordonner l'industrie et l'état pour les questions de taxe,, de censure, de droit d'auteur et de centre technique (là encore, seul 15 des 87 membres font partie de la profession). En 1933, l'on voit des résultats dérisoires à ce conseil et les mandats ne sont pas reconduits. Les conditions de travail deviennent très compliquées et les professionnels manifestent en 1934 ; il faut dire que le cinéma est sous différentes tutelles (finances, commerce, affaires étrangères, intérieur, instruction)²⁸⁰.

Le rapport Petsche (1935) est commandé par l'état qui veut récupérer la créance de la banque nationale de crédit sur Gaumont-Franco Film-Aubert. Le rapport propose de rassembler le traitement de l'ensemble des problèmes liés au cinéma dans une Direction d'information

²⁸⁰ Darré Y., op.cit.

générale, à la présidence du Conseil. Il propose de conserver les bénéfices de la Gaumont pour en faire l'instrument du redressement de l'industrie en général. C'est l'idée d'un fond national du cinéma, société d'économie mixte et paritaire, créant des crédits moins coûteux pour les production, financés en partie par une taxe de 10% sur les bénéfices des films étrangers en France. Mais les syndicats patronaux refusent la proposition qu'ils jugent trop interventionniste. Le rapport Carmoy de 1936 a pour but une réglementation. Celui-ci est mieux accueilli dans sa proposition de création d'un organisme corporatif unique. Une nouvelle confédération générale du cinéma voit le jour. Cependant, il n'y a toujours pas de réelle réglementation ; ce qui signifie qu'il n'y aucune définition de la pratique cinématographique manifestée par les pouvoirs publics. Il n'y a que des « tactiques », des négociations provisoires.

Enfin, l'enquête parlementaire de 1937 de Jean-Michel Renaitour, s'inscrit dans la perspective des deux rapports précédents et vise à circonscrire la question de l'identité et de la nature de l'organisme devant exercer ces pouvoirs régaliens sur le cinéma. Il s'agit de s'entendre ce qui fait la cohésion des acteurs de la filière. Il s'agit, en quelque sorte, de retrouver, sur le plan législatif, la « logique » implicite qui a donné l'unité économique et culturelle des années 1920. Mais cela n'aboutit à rien ; tous reconnaissent qu'il faut « nettoyer » la filière, notamment les directions prises par les investisseurs et revoir la concurrence déloyale du cinéma étranger. Le cinéma américain est vu comme dangereux, non seulement sur le plan économique, mais également culturel :

« la France est ouverte à toutes les idées, (...) se doit d'accueillir le film étranger, mais elle ne doit pas accueillir les films qui veulent s'imposer à la mentalité française, au risque de la détruire ou de la désagréger »²⁸¹.

L'on pense que tout film « démoralisé » est le fruit d'un étranger (y compris de l'intérieur : juif, apatride...). C'est dire si l'on diffère la question du symbolique, si l'on diffère la reconstruction complémentaire d'une économie et d'une pratique cinématographique et que l'on « comble les béances » du discours par des définitions par la négative.

L'on fait vite un lien entre intérêt industriel et intérêt national, lien établi sur la notion de *qualité*. Cette notion de *qualité*, toute nouvelle, apparaît alors, met en cause la question nationale ; si elle intègre la dimension artistique, elle ne s'y résume pas (il y a également la morale, l'éducation...). Ce sont surtout les députés qui définissent la notion de *qualité* : « le bon goût, la moralité, le bon sens, qui élèvent l'âme »...

²⁸¹ extrait de l'enquête de Jean-Michel Renaitour, in. Darré Y., op.cit.

Ce thème moraliste permet de renégocier une détaxation du cinéma ; ainsi qu'un contingentement d'importation de films. Ce rapport inspire Jean Zay pour un projet de loi en 1939 et pour le projet du premier festival de Cannes ; ils ne verront cependant pas le jour. Il n'en demeure pas moins que ce rapport crée un consensus entre les acteurs de la filière et les députés, notamment sur le thème de l'aide sélective à la qualité.

Cependant, l'intérêt que porte l'État au champ implique une modification significative de ce qui constitue l'intérêt du spectacle cinématographique – et donc, par ce biais, modifie la pratique cinématographique - : l'on assimile alors le « populaire » au « national ». Le champ se légitime au sein de l'espace public dès lors qu'il participe à une lutte contre un « autre » : l'impérialisme économique et culturel du marché américain. À ce titre, le début de reconnaissance, et les motifs de cette reconnaissance, des ciné-clubs, est assez éclairante :

« Ces organisations de masse du consommateur éclairé, soutenues par l'État (via le mouvement d'Éducation populaire et l'idéal de la « culture pour tous ») et traversées de courants divergents voire opposés (la Fédération Française des ciné-clubs d'inspiration communiste, les catholiques de la Fédération Loisirs et Culture Cinématographique) n'en partagent pas moins un idéal commun : celui qui consiste à « éduquer le peuple », et il s'agit, pour les acteurs du champ, pour les pouvoirs publics et pour les critiques, de défendre « un cinéma de qualité pour lequel on souhaite justement « éduquer le peuple » »²⁸².

Nous sommes ici au pied de la problématique contemporaine de l'espace public cinématographique, problématique contemporaine qui se manifeste différemment, mais dont les structures sont les mêmes. À savoir : système pensé de manière a-dialectique ; refus de repérer une concordance possible entre logique de médiation et logique de marché ; un système de valeur qui se consacre moins aux critères esthétiques qu'aux critères moraux ; penser la pratique cinématographique sous l'angle principal du film, de sa production et non pas de sa diffusion (ce qui implique de rejeter toute forme de production extérieure à celle de cet espace public spécifique).

Loin de clarifier la pratique cinématographique, l'espace public cinématographique tend à s'institutionnaliser par des rapports de force avec les pouvoirs publics. La pratique s'esquisse en sibyllin, par la négative.

Par ailleurs, à cette époque, les questions théoriques et esthétiques sont précisément délaissées au profit de questions explicitement politiques. Seuls les cinéphiles, dans les ciné-

²⁸² Montebello F., « Les deux peuples du cinéma ; usages populaires du cinéma et images du public populaire », *Mouvements* n°27/28, mai-juin-juillet-août 2003, p.114

clubs optent pour des usages savants du cinéma. Cette démarche sera reprise par les défenseurs après-guerre du caractère moderne du cinéma. Le marché est en reconstruction ; mais, au lieu de construire une pratique cinématographique qui prendrait la théorie et le marché comme deux expressions problématiques de la pratique cinématographique, l'on tend à croire que ceux-ci se déploient en fonction d'une pratique instituée et qui aurait une portée générale, intemporelle et universelle. C'est pourquoi, l'on vise moins à faire la critique de la pratique cinématographique que la critique des usages ; l'on vise moins à cerner les articulations entre politique et esthétique que l'on inscrit des formes esthétiques dans une problématique politique. Le cinéma est réduit à un statut d'art représentatif, voire à une sorte d'art représentatif naïf, qui montre directement un rapport imaginaire au monde, sans aucune distance critique. Les débats politiques portent alors sur la valeur que l'on peut accorder à tel ou tel film, c'est-à-dire sur l'acceptabilité de telle ou telle représentation du monde.

C'est à ce titre que nous souhaitons faire une digression sur l'importance capitale de l'œuvre de Walter Benjamin. Son article sur l'œuvre d'art à l'heure de sa reproductibilité technique s'inscrit précisément dans cette période a-théorique. Cet article a été plusieurs fois remanié, réécrit, avec des « tonalités » différentes : la première version insiste par exemple beaucoup sur la nostalgie d'une époque traditionnelle, d'aura de l'œuvre, désormais disparue ; la deuxième version insiste davantage sur la qualité de distance critique que fournit la technique, là où l'aura sous-entend une (impossible) immédiateté de l'expérience esthétique... C'est que, dans cet article comme dans toute son œuvre, Benjamin se situe dans un *entre-deux*. Dans ses réflexions sur Baudelaire et la modernité, sur la disparition d'une certaine culture européenne qu'il retrouve dans ses passages parisiens ainsi que dans sa réflexion sur le rapport de l'art à la technique, Benjamin fait état des problèmes de transition entre deux régimes de l'art, entre deux « partage du sensible », entre la tradition de son enfance et le monde urbain violet de la modernisation (et il a aimé les traditions tout en les trouvant contestable ; il aime la critique moderne, mais en voit aussi les limites). Si Benjamin est si difficile à lire, c'est notamment parce qu'il n'a pas un positionnement clair. Et si son article, qui nous apparaît historiquement majeur, n'a pas vraiment été relayé, c'est notamment à cause de cette ambiguïté.

Il semble que Benjamin ait notamment compris de Marx qu'il y a une relativité historique dans toute théorie, dans toute énonciation et dans toute interprétation. Il faut aller en deçà, il faut établir un espace de critique, de discussion et négociation : il faut « continger » la « vérité ». Or, la vérité est notamment déterminée par la perception des

phénomènes : comme une triple grille, derrière l'ordre des choses, il y a l'ordre des mots, et, entre deux, la grille de la perception qui est structurée et structurante (ce qu'il appelle « le mode de perception des sociétés humaines »). Le discours « théorique » doit plutôt être un discours critique, un discours qui se met à distance et qui ne fait pas l'économie d'une réflexion sur son idéologie. Et ce discours ne se restitue pas comme une vérité absolue, mais se présente comme contingente ; et la meilleure forme de manifestation implique une *poïétique*, c'est-à-dire que la manière d'écrire manifeste déjà la manière de percevoir. Cette poïétique, cette distance critique, si elle implique une réflexivité, ne veut pas dire qu'elle ne concerne qu'un ensemble restreint d'individus ; de même, elle ne prend tout son sens que lorsqu'elle invite à la discussion, au « partage du sensible », où l'on partagerait à la fois notre sensibilité et des rôles dans le sensible. Le travail d'écriture est un montage, une connexion d'éléments du sensible, montage qui doit lui-même se connecter à d'autres montages singuliers et établir alors la logique de sociabilité, l'appartenance commune au sensible...

Le cinéma, dans ses représentations, a le défaut de laisser croire qu'on peut tout comprendre pleinement et immédiatement. C'est là son danger. Mais il est aussi un double dispositif critique. D'une part, le dispositif filmique offre à voir, par exemple, des éléments jusqu'alors imperceptibles. C'est alors que Benjamin parle « d'inconscient visuel » qui serait comparable à l'inconscient psychique de Freud. Devons-nous en conclure que l'exercice de « révélation » de cet inconscient est une sorte de *maïeutique* de l'idéologie qui sous-tend notre imaginaire, nous permettant alors d'en faire la critique, ou bien est-ce, au contraire, la preuve de la capacité des techniques de renforcer notre aptitude à saisir le monde ? Benjamin ne répond pas à cette question, parce que les deux réponses sont possibles ; plus précisément, elles dépendent de l'usage de cette « révélation » dans le discours du film et de l'interprétation qu'en fait le spectateur. Benjamin ne développe pas une théorie du film plus complexe que celle de ses contemporains ; en revanche il y glisse non pas une « vérité », mais une critique ; il y glisse des problématiques d'ordre symbolique, problématiques dont les œuvres (dans la manière de rendre compte de la force de l'interprétation face à l'épreuve de la caméra) et le public (dans son interprétation face à un objet qui semble, pourtant, tout dire) doivent répondre (et non le théoricien).

Le point majeur, qui fait l'importance historique de l'article de Benjamin, c'est de glisser le problème vers la « réception », vers la salle (puisque c'est à l'œuvre et au public de répondre du problème). Ce que ne prenaient pas en compte ses contemporains, mais sur lequel il insiste, c'est la manière dont on dispose le spectateur et le film, le « partage du sensible » (pour reprendre l'expression de Rancière) qui se crée. C'est là l'objet de la

problématisation de *l'aura* par la technique ; c'est la problématisation de la fonction symbolique.

L'aura a une définition ambiguë : « *Qu'est-ce en somme que l'aura ? Une singulière trame de temps et d'espace : apparition unique d'un lointain, si proche soit-il* »²⁸³. C'est que Benjamin inscrit, dans cette définition, sa dimension « phénoménologique » et nous devons retrouver, en sibyllin, sa dimension dialectique. La dimension auratique d'une œuvre est sa capacité, à un moment donné et à un lieu donné, d'être inscrite dans un procès de signification donnant à saisir le rapport réel/symbolique/imaginaire à son spectateur. Dans la proximité de la matérialisation imaginaire, dans un moment bien réel, le spectateur fait l'épreuve du symbolique (le lointain). *L'aura* créait ainsi une relation symbolique, mais elle avait une finalité, à savoir contribuer au pouvoir de réalisation de l'œuvre, la manifestation exclusive d'une idéologie manifestée au sein de l'œuvre. La destruction de *l'aura* permet une distanciation par rapport à l'imaginaire et la prise en compte de la problématique symbolique. C'est ainsi que nous devons comprendre le glissement de *l'aura* vers la notion de *valeur d'exposition* : la *valeur d'exposition* est déterminée dans la capacité à articuler le réel, le symbolique et l'imaginaire, mais cette articulation est relativisée, contingente. La valeur de l'expérience, sa « vérité » n'est plus transcendante, mais clairement manifestée comme résultat d'une négociation, d'une rencontre. Dans *l'aura*, le symbolique est absolu, dans la valeur d'exposition, il est « travaillé » et « réfléchi ».

Cependant, il arrive qu'avec cette destruction de *l'aura* s'accompagne une occultation de cette problématique ; la question de l'élaboration du lien symbolique n'est plus objectivée mais considérée comme acquise et différée à la communauté...

Benjamin n'a pas été entendu à cause précisément de l'ambiguïté de sa posture, mais également parce que cette conception mettait totalement en branle toute l'idéologie dominante qui, malgré elle, restait sur du pictural, du représentatif et de *l'aura*. L'espace public cinématographique, y compris les exploitants, étaient alors bien trop préoccupés par la valeur politique des films et ont eu tendance à faire l'impasse sur la *valeur d'exposition*...

La rupture valorisant le parlant – et qui va tendre vers une pratique cinématographique plus objectivée - intervient dans l'après-guerre avec *Citizen Kane* d'Orson Welles (1941). Celui-ci participe du mouvement classiciste, mais pose une question majeure que résume très

²⁸³ Benjamin W., « L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique » (version de 1936), in. *Écrits Français*, Paris, Gallimard, 1991, p.144

bien le propos de Robert Bresson : « *CROIRE / théâtre et cinéma : alternance du croire et du non croire ; cinématographe : continuellement croire* »²⁸⁴. Il y a, en effet, dans ce film, un apparent paradoxe : d'une part, Welles accorde une grande importance aux valeurs populaires ; mais, d'autre part, celles-ci sont exploitées à travers la question de la responsabilité de l'image de soi, du dire et du dit. Le commentaire, dans la bande son ne correspond pas nécessairement à ce que laisse présupposer l'image. Le son, dans ce film, révèle toute l'ambiguïté de l'image ; autrement dit, le cinéma classique, représentationnel et pictural tend à faire la critique du regard, tend à problématiser la question de l'articulation processus de conception / pouvoir de réalisation. Et, implicitement, cela problématise la question de l'articulation *regard / point de vue*. Et si aucun cinéaste n'aura désormais plus la même liberté expressive que Welles, ce film jette une ombre sur le rapport au réel que permet le cinéma et conduit à une relative gravité dans l'ensemble des films qui lui succéderont, y compris les films les plus convenus et conventionnels.

L'après-guerre est marquée par une perte d'innocence et par l'émergence d'une forte réflexivité dans la pratique cinématographique qui ne peut plus faire l'impasse sur la question de la distance symbolique. C'est aussi la période où se consolide le rapport entre les pouvoirs publics et le champ cinématographique, qui vise à donner lieu à un cinéma de *qualité*.

La mise en place progressive des dispositifs de sonorisation conduisent à une temporaire incertitude de la part des exploitants qui perdent le contrôle sur l'esthétique de leur spectacle et, surtout, sur leur rôle de médiateur entre le producteur et le public. En effet, les réglementations sont beaucoup plus strictes au sujet de l'exploitation des films sonores et n'autorisent absolument aucune manipulation de la part des exploitants. La problématique devient alors différente, plus éditoriale à savoir: comment anticiper le succès du film et l'attente du public lorsque la performance échappe au contrôle de l'exploitant ? La mesure de qualité du film devient alors le temps d'affiche d'un film ; la qualité devient chose publique. Ce qui veut dire que la fonction de médiateur de l'exploitant se complexifie et implique une véritable stratégie de positionnement vis-à-vis de l'espace public.

Cela modifie notamment considérablement les relations entre exploitants et distributeurs : si la location était auparavant fixée au mètre ou au forfait d'exclusivité d'accès au film, à partir des années 1930, la location est également fixée en fonction du pourcentage

²⁸⁴ cité in. Bellour R., *Le corps du cinéma. Hypnoses*op.cit.

de la recette. Les stratégies de l'exploitant deviennent alors de plus en plus proactives puisque l'insuccès d'un film lui est immédiatement problématique. Les exploitants se sont alors concentrés sur la logique d'édition, plus proche d'une conception picturale du cinéma. La réduction de ce champ d'action rend beaucoup plus difficile le rapport de force avec la distribution : c'est que les distributeurs ont alors le pouvoir dans la négociation puisque c'est eux qui décident ou non de la diffusion d'un film dans une exploitation, selon leurs critères. À ce titre, les exploitants tendent à s'écarter toujours plus de leur public, puisque la rationalité de leur programmation tend de moins en moins à être caractérisée par son objectif (diffuser le film qui correspond au public cible) que par l'assurance de maintenir la possibilité d'en diffuser (c'est-à-dire rassurer le distributeur). Une rationalité qui tend à privilégier l'amont en oubliant progressivement l'aval.

Il y a, d'ailleurs, eu résistance des petites et moyennes exploitations à la conversion à la sonorisation mécanisée. Les participants du congrès de la Fédération internationale des directeurs de cinéma ont demandé un référendum international pour connaître l'appréciation du public quant à cette nouvelle technique ; de même ils ont demandé à la poursuite d'une production soutenue de films muets, le cas échéant impliquant une fermeture de 80% des salles européennes en raison des coûts d'équipement²⁸⁵. Cette réticence est purement stratégique – et pas seulement économique : il y a une trop forte incertitude de la pérennité de l'investissement et met violemment en question la légitimité de l'exploitant en tant que médiateur.

Cela contribue à un point important de la stratégie de l'exploitation que l'on retrouve encore aujourd'hui : une tendance au *mimétisme*²⁸⁶. En effet, puisque ses compétences ne sont plus d'actualité et que la valeur du film est préévaluée par d'autres acteurs – le distributeur, puis le critique -, l'exploitant doit réduire sa puissance performative au profit d'une médiation plus « rationnelle ». Pour le dire autrement, l'exploitant semble avoir perdu tout discours, semble s'être « neutralisé », n'avoir qu'une fonction de diffuseur (ce que la présente thèse vise, évidemment, à contester). Il s'agit désormais de scruter attentivement la liste des films, interpréter les chiffres des recettes des salles concurrentes, s'informer plus attentivement - notamment en lisant la presse corporative -, être à l'écoute d'une clientèle de plus en plus

²⁸⁵ Montebello F., « Des films muets aux films parlants. Naissance de la qualité cinématographique », *Politix*, année 2003, volume 16, n°61

²⁸⁶ Forest C., *Quel film voir ? Pour une socioéconomie de la demande en cinéma*, Lille, Presses du Septentrion, 2009. C'est précisément la relation mimétisme / illusio (c'est-à-dire actes / discours implicites) qui tend à la désolidarisation espace public cinématographique : espace public

exigeante, être également attentif au contenu des films et aux réglementations²⁸⁷... L'inscription de plus en plus importante du cinéma dans les conversations, mais également dans la presse permet aux exploitants d'avoir un aperçu sur les attentes du public qui est généralement de classe moyenne et qui vise une qualité esthétique et « éthique ».

Le caractère hybride et difficilement normatif du film sonore contribue à une crise du cinéma français : en effet, les acteurs du champ peinent à s'accorder sur des standards et, en même temps, le cinéma devient lieu de cristallisation de conflits individuels, corporatifs, militants, moraux, etc. Il apparaît alors comme bien commun qui doit être défendu, objet sur lequel l'on peut (symboliquement) spéculer. Mais ce qui tend à s'éteindre alors est ce que nous avons appelé dans la partie précédente le *cinéma spectacle* : c'est, au contraire, la dimension picturale qui est privilégiée. Comme si, en quelque sorte, l'ensemble des cinémas n'étaient plus que des équivalents, en image-mouvement, du *Musée imaginaire* de Malraux.

Cela s'avère d'autant plus problématique – et conduit le cinéma non plus à être pensé et valorisé en tant que tel, mais en relation avec la sphère politique, morale – que l'émergence de la technique du parlant déçoit en termes esthétiques et peu d'auteurs y perçoivent une avancée notable. Au contraire, La technicité ainsi mise en avant inquiète et laisse une opportunité aux franges d'extrême-droite de s'exprimer dans l'espace public. L'éducation du peuple est d'autant plus importante que, précisément, la technique du parlant, selon Bardèche et Brasillach, contribue à une standardisation et à une fabrication en masse de produits culturels. Au niveau théorique alors, l'émergence du parlant apparaît moins comme une source de démocratisation culturelle, où la compréhension des films est facilitée, notamment par les doublages, et ne nécessitant plus une attention aigüe aux images, que comme un ersatz, une monstruosité où les objets culturels perdent de leur authenticité (un film doublé n'apparaît plus comme spécifiquement américain, même s'il contribue à l'acculturation américaine). Cette logique, même si elle va perdre sa tendance antisémite et raciste, devient structurelle dans l'organisation de la pratique cinématographique.

Il faut cependant comprendre que l'avant guerre est marquée par la disparition presque totale de revues spécialisées et d'ouvrages théoriques. Les critiques savantes s'inscrivent dans des revues généralistes. Les quelques revues qui subsistent tentent de concilier avec un grand tirage. À quelques exceptions près, pas de livre théorique sur le cinéma ; même le rapport de la SDN sur le rôle intellectuel du cinéma porte plus sur l'importance industrielle du cinéma

²⁸⁷ Montebello F. op.cit.

que sur son caractère artistique. Ce n'est qu'à la fin de la décennie qu'apparaît un ouvrage théorique majeur : celui de Malraux²⁸⁸. Mais cet ouvrage ne fait que répéter certains principes qu'avait déjà énoncé Benjamin plus de dix ans auparavant²⁸⁹. Pis, il rejoint bien plus la logique *dix-neuvième* du *Musée Imaginaire* que les ouvertures problématiques de la modernité que pose Benjamin : il est beaucoup plus porté à essayer « d'auratiser » le cinéma qu'à reconnaître une quelconque *valeur d'exposition*.

Cela ne signifie pas pour autant qu'il y a un désintérêt du cinéma de la part des intellectuels. Bien au contraire, si la reconnaissance du cinéma comme art n'est plus visible au niveau de l'espace public, il y a un ensemble de réseaux sous-terrain d'exploitation qui se développent, notamment les ciné-clubs, où se démocratise le cinéma sous son aspect artistique. Ce mouvement est lié au Club des amis du 7ème Art (CASA), au *ciné club* de Delluc, et à diverses revues spécialisées. Élitistes à l'origine, les cinéclubs s'étendent en se rapprochant d'autres conceptions théoriques : en 1924, le CASA fusionne avec le *Club français du cinéma* animé par Moussinac pour faire le *ciné club de France*.

Les *cinéclubs* prennent de l'importance parce qu'ils sont les seuls lieux où l'on diffuse encore des films muets, désormais hors du circuit industriel. La nostalgie du muet, qui apparaît comme l'expression même du cinéma comme art, caractérise la pratique définie par les ciné clubs. En 1929, se forme sous la direction de Germaine Dulac la Fédération des Ciné-clubs. Dans le rapport d'activité en 1932, l'association mélange les cinéclub et les « salles spécialisées » (futurs A&E), cependant ces dernières commencent à diffuser des films étrangers en VO. Le mouvement des cinéclub ne dépasse pas avant 1939 les 10000 membres, non compris les effectifs de la ligue de l'enseignement scolaire ; mais il a une influence qui sera décisive parce qu'il pérennise une approche savante du cinéma et sera le noyau de la cinéphilie d'après-guerre.

À cela s'ajoute une nouvelle mission : la lutte contre la censure. Juridiquement, ces projections sont assimilées à des projections privées ; les films censurés peuvent donc figurer dans la programmation. Moussinac créera d'ailleurs un nouveau ciné club spécialisé dans ce type de programme : le *club des sept spartacus*, où il diffusera notamment les films d'Eisenstein. Ce ciné club fermera au bout d'un an, sous l'impulsion de préfet Chiappe²⁹⁰.

²⁸⁸ Malraux A., « Esquisse d'une psychologie du cinéma », *Verve* n°8, 1940

²⁸⁹ cf Partie I « ii. Walter Benjamin comme témoin de la reproduction des problèmes platoniciens à l'heure de la mécanisation moderne » P.96 ; « v. Les médias et la reproductibilité technique comme exemples radicaux du problème de singularité » p.122 ; et quelques paragraphes plus haut

²⁹⁰ Darré Y., op.cit.

La pratique cinématographique commence alors à se désolidariser en deux grandes tendances, les deux légitimées par l'expression d'un « autre » qui leur est relatif. D'une part, le cinéma populaire, qui est alors un « cinéma des artisans »²⁹¹, visant une qualité qui est celle de l'efficacité narrative et industrielle. L'échec populaire d'un film est assimilé à un raté dans sa production. Ce discours est supporté par la crainte de « l'autre » qu'est le cinéma étranger – principalement américain – contre qui il s'agit de lutter à la fois de manière industrielle et esthétique. D'autre part, se développe en sous-terrain, des projections-débats qui, précisément, s'opposent aux discours de la qualité, au profit de la défense du cinéma comme art cosmopolite. Dans tous les cas, jamais n'est réellement traitée la question du symbolique, qui est laissée à la discrétion du génie de l'auteur ou du regard de l'esthète.

Ces deux tendances perdurent après-guerre. L'État établit le CNC avec l'aide du champ. *L'écran Français* célèbre les qualités techniques du cinéma des artisans, mais reproche une faible réactualisation esthétique - c'est l'époque des « professionnels de la profession » - et les révolutions formelles sont américaines et italiennes, notamment avec Welles et Rossellini.

Le discours après-guerre est plutôt celui d'une recherche de libération culturelle, contrariée par le public qui est séduit par les divertissements américains. Mais, la logique est finalement biaisée et fallacieuse : l'approche républicaine, finalement

*« justifie et reproduit la distinction sociale entre culture populaire et culture savante. Dans la manière qu'elle a de définir les chef-d'œuvres du cinéma et de travailler à répandre leur goût auprès du public, la tradition cinéphilique telle qu'elle s'incarne dans le mouvement des ciné-clubs propose une série de caractéristiques qui excluent d'emblée, de son répertoire, le grand spectacle hollywoodien au motif de sa nature industrielle et de sa trop forte adéquation aux rêves prolétariens. La tradition communiste quant à elle, en partie présente dans le militantisme des ciné-clubs, n'a aucun mal à se réapproprier un antiaméricanisme national qu'elle peut développer aussi bien sous l'angle de la lutte contre l'impérialisme politique que sous celui du combat contre l'hégémonie culturelle »*²⁹².

On comprend dès lors que le développement de la pratique cinématographique est moins axé sur la définition précise de ce qui fait le spectacle cinématographique, qu'un objet d'enjeu de pouvoir entre discours politiques. Dans cette dynamique globalisante, l'expérience cinématographique doit nécessairement être réduite à l'approche picturale – l'approche spectaculaire souffrant de trop nombreuses contingences. Le champ se développe rapidement

²⁹¹ *ibid.*

²⁹² Montebello F., « les deux peuples du cinéma... », p.118

à partir de ces ambiguïtés et va même systématiser ces rapports de force. Toutes les périodes suivantes vont reproduire à peu près le même schéma, mais en substituant les termes.

iii. L'institutionnalisation bipolaire du cinéma :
les logiques du marché et la reconnaissance du
mouvement art et essai (1959-1980) ;

Le débat sur le cinéma de la modernité n'est qu'une réactualisation de la scission au sein de la pratique où le cinéma tend vers deux grandes directions : d'un côté, le cinéma populaire, où le critérium de jugement est la *qualité*²⁹³ ; de l'autre, des développements comparables aux « modernismes artistiques » (d'autant plus comparables qu'ils ne trouveront que temporairement le grand public). Avec la reproduction des problématiques et la radicalisation des prises de position de la part des acteurs, la pratique cinématographique tend à occulter de plus en plus la question du public et l'articulation avec l'espace public.

Les théories de Cavell – dont nous avons déjà dit quelques mots²⁹⁴ – s'inscrivent relativement bien dans la première logique, nous allons ici insister sur l'autre tendance ; au-delà de la commodité rédactionnelle, nous privilégions la deuxième approche parce que celle-ci est celle qui a eu le plus d'incidence historique sur la pratique cinématographique en France (et une forte résonance dans le monde).

Le cinéma apparaît alors comparable à la littérature aux yeux d'André Bazin et la modernité du cinéma n'est plus exprimée à travers la *photogénie*, mais à partir de la *caméras-tylo* d'Astruc. Toute une école de pensée établit le « cinéaste-artiste » comme le prolongement du génie kantien :

« *l'œuvre moderne exprime son temps en en saisissant les contradictions, et pour cela, elle doit se dresser contre l'art pompier dominant ; l'œuvre moderne est celle qui fait coïncider l'invention d'une solution moderne et la résolution d'une question d'idéologie* »²⁹⁵.

Deux cinéastes deviennent les paradigmes du cinéma moderne : Welles et Rossellini. Il s'agit de saisir non plus la modernité comme nouveauté, mais comme « contemporanéité » : cela implique, au niveau formel, une exploitation (en connaissance de cause) des modèles

²⁹³ Cette notion, nous l'avons vu, est une construction du champ à partir de celui de l'État qui entendait une amélioration du système industriel. Elle conduit à des pratiques spécifiques que critiqueront les jeunes turcs – Truffaut en tête, avec l'article « une certaine tendance du cinéma français », in. *Cahiers du Cinéma*, n°31, 1954.

²⁹⁴ Cf partie I, notamment « vi. Les fondements de la réflexion contemporaine » p.12

²⁹⁵ Aumont J., op.cit., p.42

formels du passé, en vue d'une adhésion et d'un éclairage neuf sur le présent. *Citizen Kane*, par exemple, apparaît comme le chaînon manquant entre le classicisme et le modernisme : ce film emploie à nouveaux frais des modèles du passé et en extirpe « l'innocence » pour les déterminer dans une problématique de rapports sociaux gouvernés par le capitalisme et les médias. Le cinéma de Rossellini apparaît comme plus radicalement moderniste encore : il s'agit non pas de produire du divertissement, mais de « porter un regard sur le monde » ; autrement dit, le cinéaste opère à partir d'une conscience historique. Il doit avoir une réflexion sur sa pratique, ne serait-ce qu'en termes généraux : le modernisme cinématographique est alors une coïncidence du cinéma avec la vie moderne, ou, au moins, avec l'histoire des médias. Le cinéma de Rossellini – que l'on inscrit trop rapidement dans le « cinéma du réel » - est finalement une esthétique qui vise à offrir un imaginaire le plus minimaliste possible, à extraire le plus possible toute forme de symbolisme iconologique, afin de problématiser, précisément la distance symbolique du regard – et plus encore la distance symbolique du regard qui est assisté mécaniquement. Le problème est de croire que la question du symbolique ne peut prendre place qu'à partir du moment où l'on exclut la narration ; comme si toute la problématique ne serait soutenue que par le cinéaste ou par le film, comme si l'on ne faisait pas confiance au spectateur. L'on trouvera des prolongements de cette approche dans les cinémas des années 1960 et 1970 ; avec les mêmes impasses. Mais, si la question du regard est extrêmement moderne et pertinente, l'assomption du génie et de l'auteur reste une approche très classique.

Cependant, cette tendance est extrêmement minoritaire, y compris au sein des *Cahiers du Cinéma* - qui est la seule revue traitant frontalement de la situation historique du cinéma. L'un dans l'autre, des thématiques similaires se rencontrent et constituent la base des questions traitées dans le cinéma moderne : la corruption, la déréliction, l'amour et la foi.

« Conscience historique, réflexivité, relativité du goût (le beau moderne est pluriel, gradué, variable), arbitraire de la décision sur l'art. Il fallait commencer par là pour que quelque chose comme une modernité, et même, un modernisme cinématographique puisse voir le jour. « Modernisme », c'est-à-dire modernité consciente d'elle-même, affirmative, audacieuse, qui ne lutte plus contre le classique, mais déjà contre un autre moderne passé »²⁹⁶.

Ce discours du « cinéaste artiste » puise sa source dans la reconnaissance publique de la légitimité du cinéma et de l'intérêt que lui porte l'État. Cela se manifeste notamment par le fait que ces développements théoriques sont relativement contemporains de la reconnaissance

²⁹⁶ *ibid.*, p60

de la notion d'auteur et de son droit ; reconnaissance animée par les syndicats du champ. Au début, l'auteur était le librettiste ; la lutte pour la reconnaissance du metteur en scène a longtemps été faite par des auteurs-metteurs en scène. En 1908, la SACD commence à les reconnaître mais avec des conditions très restrictives. En 1917 est créée la Société des Auteurs de Films qui sera absorbée par la SACD en 1929 et devient l'Association des Auteurs de Films. La lutte pour la perception de droit d'auteur sur les recettes des exploitants (jusqu'alors au seul bénéfice des musiciens) est la priorité. Vainement. Cependant la SACD obtient en 1930, suite à une grève des scénaristes, 8% des bénéfices de producteur à partager avec tous les auteurs du film (dont le producteur !). De plus, le producteur a encore à l'époque droit de décision sur le montage du film. En septembre 1933, les metteurs en scène renforcent la distinction entre cinéaste et auteur en créant le syndicat des chefs cinéastes (celui qui à l'exclusion de la qualité d'auteur dirige effectivement la préparation technique et l'exécution d'un film). Cette définition est alors acceptée par les plus grands metteurs en scène (Renoir, Epstein, Gance...). Mais c'est aussi pour se protéger de la main-d'œuvre étrangère. La dominante est alors plus la défense du cinéma national. L'on propose alors le développement de la carte professionnelle où l'on contrôle les entrées dans le milieu ; corporatisme. L'association des auteurs de films, sous l'impulsion de L'Herbier, en février 1940, refuse ce principe pour les créateurs en ce que l'œuvre a un caractère personnel. Ce n'est qu'après-guerre, en 1947, que le film apparaît comme « œuvre de collaboration », où le réalisateur est considéré comme auteur au même titre que le scénariste dans le sens où « il exerce un contrôle effectif et une action positive sur la réalisation intellectuelle » ; enfin en 1957 paraît la loi sur la propriété intellectuelle qui considère comme auteurs les compositeurs, scénaristes et réalisateurs (c'est alors que le cinéaste a le final cut)²⁹⁷.

Les théories reprennent place dans l'espace public, mais ne semblent être que des reprises des questions des années 1920. Ce sont les revues qui sont les plus actives :

- *l'écran français* relie exigence critique avec photos de stars et se vend très bien. L'article fondateur de la nouvelle pensée du cinéma « la caméra stylo » y est publié ; dans le même numéro, Bazin va critiquer le cinéma français en faveur du renouveau américain.
- *La revue du cinéma* réapparaît de manière éphémère (de 1946 à 1948) mais son importance est grande : il participe à une nouvelle définition du cinéma à travers le

²⁹⁷ Darré Y., op.cit.

croisement de deux générations de critiques (d'un côté Auriol, Leenhardt et Sadoul, de l'autre Astruc, Bazin, Doniol Valcroze, Rohmer). Ces derniers formeront les *cahiers du cinéma* en 1951.

Ce mouvement est inséparable de celui des *ciné-clubs*. La fédération française des ciné clubs (la plus importante avec 60 000 adhérents) publie dès 1954 un bulletin interne *Ciné-club* qui deviendra *Cinéma 54* (et la suite) ; un an avant, L'Union Française des œuvres laïques d'éducation par l'image et le son avait fait de même. Ces revues sont avant tout éducatives. La dimension réellement savante est prise en charge par *Positif* et les *Cahiers du cinéma*. Ces dernières s'opposent vivement sur les questions esthétiques et politique. Les seconds se sont fédérés dans le ciné-club de Rohmer et dans le club *Objectif 49* ; ils sont assez ouverts politiquement, mais avec la très forte tonalité chrétienne du corédacteur chef : André Bazin. *Positif* est créée à Lyon par des condisciples d'hypokhâgne de Bernard Chardère ; la montée à Paris et l'introduction de quelques surréalistes dans l'équipe font de cette revue une revue provocatrice et clairement gauchiste. La critique apparaîtra comme une voie d'accès à la réalisation, c'est alors qu'apparaît la *nouvelle vague*. C'est d'ailleurs la seule véritable opposition entre les auteurs des deux revues : *positif* analyse la pratique critique; les *cahiers* ont une autre logique, plus articulée aux problématiques politiques.

L'ambition d'appuyer la réflexion par de la pratique et réciproque donne une inflexion toute particulière aux stratégies éditoriales des *Cahiers* : la critique de la « qualité française ». Ils moqueront la vaine virtuosité de l'Idhec, et les logiques du corporatisme. Cependant, loin de faire la critique de la pratique cinématographique dominante, loin de faire la critique des logiques institutionnelles, les auteurs des *Cahiers du Cinéma* profite de la captation de leur public – c'est-à-dire profitent de leur visibilité au sein de l'espace public – pour imposer d'autres normes, d'autres critères tout aussi arbitraires. Le cinéma s'apprend à la *Cinémathèque Française* ; de même ils développent une conception du cinéma qui correspond parfaitement à leur goût et profil. « Une certaine tendance du cinéma français » de Truffaut s'en prend violemment aux adaptations et Autant-Lara, Carné, etc. sont rejetés au nom de l'art par les Jeunes Turcs. Godard va au contraire isoler le réalisateur, au nom de l'art. Ils vont en même temps développer la *politique des auteurs* ; d'abord en défendant le cinéma américain, mais aussi quelques auteurs français qui étaient bannis (Cocteau, Guitry, Melville, Gance...et surtout Renoir). D'ailleurs Truffaut va consacrer le dernier Guitry pour son aspect « baclé », garantie d'authenticité versus le « professionnalisme français ». La *politique des auteurs* devient le versant positif de leur conception du cinéma et apparaît dans une critique de Truffaut sur *Ali Baba et les 40 voleurs*, film mineur de Jacques Becker :

« Ali Baba eût-il été raté que je l'eusse défendu en vertu de la politique des auteurs que mes congénères en critique et moi-même pratiquons. Toutes basées sur la belle formule de Giraudoux : « il n'y a pas d'œuvre, il n'y a que des auteurs » »²⁹⁸.

Truffaut va chercher alors des exemples plus légitimes à cette anthologie des auteurs où l'auteur est infaillible, dont les faiblesses n'existent qu'aux yeux de ceux qui croient les voir. Le « ratage » d'un auteur apparaît d'ailleurs comme une preuve supplémentaire de son talent : « le ratage, c'est le talent. Réussir, c'est rater ». C'est précisément ce point qui rompt le consensus au sein de l'équipe des *Cahiers*, mais qui fait la renommée des Jeunes Turcs. Lojn de veiller à articuler les institutions à l'espace public, en offrant un cadre institutionnel de jugement esthétique, ces auteurs prennent des positions stratégiques au sein des institutions afin de modifier la pratique cinématographique. Ils publient leurs articles les plus polémiques dans le magazine *Arts*, qui a beaucoup plus de visibilité que les *Cahiers* (qui se vendent de moins en moins et qui sont encore un temps dirigés par Bazin). Chabrol est attaché de presse pour la firme Fox ; Rohmer écrit dans *La parisienne*. France film international s'insurge contre la mainmise de ces jeunes turcs sur le jury de la *Mostra* de Venise et sur le terrorisme intellectuel qu'ils font. Ils rejettent la filmologie, l'Idhec et impose la seule conception valable du cinéma : la leur, c'est-à-dire l'école de la cinémathèque et de la critique²⁹⁹.

Il s'agit de toute une stratégie discursive où ces auteurs recyclent l'idée de qualité et d'éducation populaire en opacifiant la source et le but de leur démarche :

« La promotion du cinéma américain vanté par les jeunes turcs contre le cinéma national fait partie de la bataille qui consiste à se disputer la légitimité du peuple. Car il s'agit moins de s'appuyer sur le cinéma américain que sur l'amour de ce dernier, c'est-à-dire sur les préférences supposées du public populaire de l'époque. La Nouvelle Vague « prend le pouvoir » en privilégiant le regard naïf et innocent du peuple contre la prétention à l'art (ou au pouvoir) des petits-bourgeois (dont on sait qu'ils représentent la clientèle privilégiée des ciné-clubs) »³⁰⁰.

Il s'agit pourtant moins d'un mouvement de pensée populaire que d'un mouvement intellectuel érudit, d'aspiration classique, qui entend défendre une modernité qui n'est précisément pas celle de la culture populaire. Et si le succès de leurs premiers films laissent à penser le contraire, les enquêtes du CNC montrent que « c'est la classe ouvrière qui compte le plus fort pourcentage de gens qui ne vont jamais au cinéma »³⁰¹. Précisément, quelque chose s'est éteint – la dimension spectacle -, entraînant dans sa néantisation la perte de visibilité du

²⁹⁸ cité par Yann Darré, in. Darré Y., op.cit.

²⁹⁹ Ibid.

³⁰⁰ Montebello F., « Les deux peuples du cinéma... », op.cit., p.114

³⁰¹ cité in. Montebello F., Ibid.

public. Ainsi, la tendance moderniste de la pratique cinématographique après-guerre défend une conception kantienne du génie – mais prend bien le soin d’occulter la question du *sens commun* - et conçoit le spectacle cinématographique comme une « passion du réel ». Cette approche a une incidence notable dans la constitution de la pratique cinématographique puisque ses auteurs prennent progressivement du pouvoir au sein du champ et sont activement soutenus par les mouvements de ciné-clubs qui accaparent de plus en plus de public et font une médiation active. Leur conception prend dès lors une relative ascendance dans la constitution de *l’illusio* propre à l’espace public cinématographique et, à moindre mesure, dans la pratique. Il est important de noter que nombre d’actuels théoriciens du cinéma, mais aussi de pédagogues du cinéma, nombre de personnalités qui participent de l’institution cinématographique sont en filiation directe de la définition de la pratique du cinéma telle que définie par les Jeunes Turcs.

C’est dans cette logique que le marché se mature et qu’apparaît une reconnaissance étatique du mouvement *art et essai* (notamment par des facilités fiscales et une réglementation particulière). L’espace public cinématographique apparaît comme un lieu de conflit, où les acteurs les plus « légitimes » visent à affirmer une pratique cinématographique de cinéphile, promouvant un cinéma « modernissime », excluant aussi bien l’importance de la question du spectacle que les usages des spectateurs (et tout particulièrement les usages du public dit « populaire »). Cet *illusio* n’est pas perçu comme problématique par les acteurs parce que le cinéma connaît un grand succès public et économique. Il y a eu, historiquement, rencontre entre l’espace public cinématographique et espace public, tout au long des années 1960. Cela signifie qu’il y a eu convergence d’intérêt à un moment donné ; que la pratique cinématographique, telle que définie par l’ensemble des acteurs de l’espace public cinématographique, a rencontré l’espace public. Cependant, cela ne signifie pas que la pratique, telle que définie par les acteurs dominants, soit l’expression des horizons d’attentes communs.

Bien au contraire, nous postulons que les critiques réalisateurs de la *Nouvelle Vague* ont profité d’un contexte sociologique et institutionnel favorable pour passer à la réalisation. Autrement dit, qu’il y avait un espace disponible pour leur conception, au sein de la pratique cinématographique, mais que celle-ci ne se réduit pas à leur conception. D’une part, le succès grandissant des ciné-clubs fait augmenter la demande potentielle en film d’auteur ; en un sens, la *nouvelle vague* anticipe la demande populaire en télévision. Ils vont surtout profiter d’une réforme des systèmes de soutien, avec l’émergence de l’aide à la qualité, qui vise « *les films*

de nature à servir la cause du cinéma et ouvrir de nouvelles perspectives à l'art cinématographique », notamment en favorisant des premiers films. Malraux en charge des Affaires culturelles développe alors nombre de principes en faveur du cinéma : « *l'état n'est pas fait pour diriger l'art, mais pour le servir* » ; il arrive alors à faire augmenter les aides au cinéma au ministère de l'économie et des finances³⁰².

Prouver que l'on pouvait être novateur tout en restant économiquement rentable était nécessairement agir en marge de l'économie habituelle du cinéma. Ces cinéastes font de nécessité vertu : la réduction de budget signifie une liberté créatrice. Ils sont donc contraints à exploiter autrement les techniques cinématographiques : Coutard, pour *À bout de souffle* utilise une pellicule photo pour le film et poussent la sensibilité de la pellicule dans le labo GTC de Joinville ; Godard tourne en muet et fait de la post-synchro... Ils défendent ainsi toute une esthétique contre la « qualité française » : ils font l'héritage du documentaire, la vérité, la rue... Le succès de leurs premiers films ouvre la voie aux jeunes cinéastes et Malraux les aide en réformant la loi d'aide d'avance sur recette (réexploiter dans l'année les fonds récupérés ; du coup, les premiers films sont parfois amortis avant même leur sortie en salle).

Ces films ont une influence considérablement dans la définition de ce qui fait cinéma. En effet, le succès des premiers films de la *Nouvelle Vague* fait presque autant d'entrées que le système, à moindre coût, stoppant ainsi la baisse de fréquentation en attirant un public plus cultivé. Cependant, est-ce que le succès de ces films est dû à leur esthétique (c'est-à-dire que l'espace public adhère à une nouvelle forme de représentation) ou bien est-ce aussi le fruit d'un contexte de critique politique et de transition sociologique (auquel cas, la rencontre est accidentelle) ?

Bien que ces films rencontrent le succès, le public populaire déserte progressivement le cinéma et la sociologie du public change : plus cultivé et plus féminin. Ces films sont plus appréciés pour leur caractère « politique » - qui reste relativement convenu - que pour leur caractère esthétique. La rencontre est « accidentelle » ; l'esthétique de la *Nouvelle Vague* ne relance pas un désir de cinéma. Il s'agit là d'un leurre dans lequel s'embourbe cependant l'institution cinématographique française.

Nous disons cela parce que, parallèlement, ferment leurs portes les salles de quartier qui projettent, à moindre coût, les films de deuxième exploitation (c'est-à-dire après leur période d'exclusivité). La disparition de ces établissements conduit donc à une baisse de

³⁰² in. Darré Y.

visibilité dans l'espace public et, ainsi, à une baisse de désir de cinéma au sein de cet espace. Cela conduit à une baisse de fréquentation.

Loin de chercher à comprendre la logique dialectique de ce problème et de mettre en corrélation les problématiques d'offre et celles de demande, les salles restantes s'alignent sur le prix le plus élevé. Autrement dit, la manière dont se développe l'offre change : il n'y a pas beaucoup moins d'écrans, mais ils sont de plus concentrés (d'abord dans les centres villes avec les complexes). Ce faisant, c'est la pratique cinématographique qui se transfigure, qui se radicalise comme pratique d'élite – se séparant de manière presque définitive des problématiques du sens commun et de l'espace public.

Cette transformation n'est pas perçue par les acteurs de l'espace public cinématographique ou, du moins, n'apparaît pas comme problématique puisque le chiffre d'affaire est stabilisé, compensé par l'augmentation du coût d'entrée.

Le cinéma français se développe alors sur deux idées : soit perpétuer la *nouvelle vague*, soit réactualiser le cinéma des « professionnels de la profession ». La critique suivra surtout la *nouvelle vague*, même si elle ne va pas dans les mêmes extrêmes au sujet de la politique des auteurs ; du coup le *cinéma de qualité* n'a plus comme légitimation que le succès public.

Cette légitimité est, par ailleurs, relativement mise à mal par des réformes de l'État, dont la plus importante est l'officialisation, en 1961, des salles *art & essai*. Ces salles projettent essentiellement des films étrangers – notamment Oshima, Rossellini, Bergman, Pasolini – en V.O. et des films qui se rangent dans les critères de la *Nouvelle Vague*. La pratique cinématographique, orientée vers les questions modernistes, est emplies de paradoxes qui n'ont de consistance que parce que le « système », c'est-à-dire la pratique populaire en est « l'autre » problématique. En effet, Aumont rappelle que Barthes a bien résumé ce cinéma en le qualifiant de « cinéma du signifiant », à l'image la citation de Beckett à propos de Joyce : « *he's not writing about something, he's writing something* »³⁰³.

Ce cinéma apparaît pourtant extrêmement problématique pour la critique qui cherche, derrière ce signifiant, un « message », un signifié, une leçon politique ou idéologique ; ce qui était le cas du cinéma expressionniste allemand. C'est même précisément la pesanteur idéologique de la relation entre signifiant et signifié qui est critiquée par ces cinéastes – de manière d'autant plus radicale dans les années 1970 – et qui les incite à n'offrir que du signifiant. Le projet est

³⁰³ Aumont J., op.cit.

alors moins artistique que politique et contribue moins à une exploration formelle qu'une mise en avant des dispositifs, notamment le cadre,

« c'est-à-dire ce qui, du dispositif filmique, renvoie d'abord à l'énonciation et à la réception – plutôt que dans l'image et la matière – c'est-à-dire ce qui renvoie aux effets d'art et de jouissance. (...) Le cinéma de 1968 affronte exactement ce dilemme (évoqué en 1967 dans *De la Grammatologie de Derrida*) : être expressif en tant qu'œuvre de fiction (et alors la forme n'est rien, elle se soumet entièrement au principe de fiction, à la mise en scène) ; ou bien être expressif en tant qu'œuvre visuelle (et la forme est tout, la fiction devient pur prétexte) »³⁰⁴.

Cette tendance sonne le glas de la dynamique moderne initiée après-guerre, parachevée par une sorte de *surmoïsation* politique de la pratique cinématographique moderniste. Dans le goût et les usages se manifestent une identité, une prise de position radicale ; la question formelle glisse sous la question explicitement politique. Ainsi en est-il, par exemple, du *Dernier Tango à Paris* (Bernardo Bertolucci, 1972), dont toute la thématique était polémique – articulé sur l'impossible rapport homme/femme à l'heure de l'émergence du féminisme –, mais dont le discours a désormais perdu tout son sens pour une interprétation contemporaine : c'est que la scène centrale du film – la sodomie lubrifiée par du beurre – n'est plus choquante et n'apporte aucune problématique formelle spécifique.

Et si cette pratique n'était alors pas dominante au niveau populaire, elle a non seulement pris une puissance importante au niveau de *l'illusio*, mais, en outre, se retrouve dans la période actuelle dans le cinéma populaire. Dans un cas comme dans l'autre, l'on sépare trop radicalement l'esthétique et le politique (et l'on ne prend pas garde au fait que, plus on occulte un de ces dimensions, plus cela signifie qu'on y est aliéné). (*Avatar* n'est qu'une forme régressive du cinéma de la « matérialité pure du signifiant », proche d'un *More* de Barbet Schroeder (1969), dont les thématiques d'expériences parallèles et alternatives ne seraient plus prise en charge par les stupéfiants (qui impliquent une prise de risque « réelle »), mais par la technique. De même, la défense d'une « expertise » du public n'est jamais rien d'autre qu'une défense consensuelle des goûts du public ; à ceci près qu'on lui délègue des compétences qui n'ont peut-être pas lieu d'être – qui n'ont aucune nécessité – dans une médiation)

Une autre des suites les plus importantes de mai 68 est l'entrée du cinéma dans l'enseignement supérieur (c'est à partir de 68 qu'il y a des thèses qui se portent sur le cinéma : 500 entre 68 et 88). Le ministère de l'éducation veut introduire cette discipline au secondaire,

³⁰⁴ Aumont J., p.75-76

mais il y a des résistances tant au niveau des enseignants que des acteurs de la filière ; du coup, le cinéma reste cantonné aux ciné-club scolaires. Il faut attendre la « circulaire Jean Capelle » en 63 pour que les enseignements soient prévus et rémunérés au sein du secondaire. L'importance théorique de Christian Metz, mais également les ouvrages parascolaires sur le cinéma, atteste de la reconnaissance de cet art dont on analyse principalement le langage. C'est dire si la question de la médiation est occultée, dans le processus de reconnaissance universitaire, au profit d'un retour de la question de la valeur du cinéma au sein d'un système des arts.. De plus, les enseignants sont presque tous issus des *Cahiers du cinéma*.

À travers la pérennisation du discours de la Nouvelle Vague – bien au-delà du mouvement artistique –, par l'éducation des jeunes spectateurs et des jeunes cinéastes dans la filiation de cette approche, il y a une forme de consensus qui se développe et qui définit implicitement la pratique cinématographique en France. Cet équilibre – nous le verrons dans le chapitre suivant – se retrouve également dans l'exploitation, où cohabitent les complexes qui exploitent principalement les exclusivités – consacrant ainsi une certaine forme de distinction sociale d'être parmi les premiers spectateurs d'un film – et les salles art et essai, projetant des films plus ciblés et plus spécifiques – consacrant ainsi une certaine élite en termes de jugements de goût. Il est d'ailleurs notable que ce consensus se retrouve aussi au niveau de la logique de production :

« ce qui oppose la grande production à la petite n'est pas réductible à l'ancienne opposition, grands films ambitieux et petits films courants, non plus qu'à l'opposition cinéma commercial et cinéma d'auteurs, qui est surtout prégnante dans la critique. Certains auteurs reconnus ne travaillent que dans le circuit traditionnel (Resnais, Truffaut, Chabrol...), d'autres alternent petits et gros budgets (Téchiné) et tous doivent trouver un public. Les petits budgets n'évitent pas le calcul commercial, mais visent simplement un public plus restreint »³⁰⁵.

Ce qui empêche de percevoir le caractère sclérosé de la pratique cinématographique, qui ne fait somme toute que reproduire le même schéma depuis quelques décennies, provient de l'entrée de nouveaux cinéastes, qui reproduisent la même définition de la pratique cinématographique, mais dans une forme réactualisée. En effet, l'idée de la *politique des auteurs* impose plus ou moins un cinéma de « jeunes » et s'impose progressivement dans les commissions d'avance sur recettes. Du coup, l'état et la profession se satisfont d'une fausse victoire en ne regardant que le nombre de premiers films réalisés et donc, sans prendre en compte, l'absence de suite de carrière.

³⁰⁵ Darré Y., op.cit., p.97

Le cinéma « traditionnel » - l'héritier du cinéma « de qualité » - évolue et se transforme notamment en inventant, via les *Césars*, la notion d'« auteur pour grand public », une sorte d'alternative à la notion de *qualité*. Le secteur de production n'est plus celui de la qualité française et les méthodes de tournage de la *Nouvelle Vague* se généralisent. Les jurys des Césars (depuis 1976) participent plutôt du côté traditionnel du cinéma : il n'en demeure pas moins que beaucoup des films consacrés s'illustrent par une notable qualité esthétique. Cependant, le jeune cinéma n'y apparaît quasiment pas. C'est un cinéma de l'entre-deux, populaire et esthétique. C'est également l'objectif de Toscan du Plantier lorsqu'il reprend les rênes de la Gaumont en 1978, renouant avec le discours du *Film d'Art* : production des plus grands succès, s'associe avec Gallimard pour exploiter ses fonds et produire de prestigieux cinéastes étrangers (Fellini, Losey, Bergman, Antonioni...) et plusieurs opéras filmés ? C'est là, précisément, la même stratégie commerciale que celle du *film d'Art*.

Ces postures impliquent une considération particulière du public, dont le champ peine à concevoir le profil. C'est que l'on ne lui reconnaît pas nécessairement une qualité critique, ni même que l'on considère l'importance de la salle et de la question du symbolique. Dans son rêve de développement culturel, Toscan Du Plantier tend plutôt à faire régresser la pratique cinématographique cinquante ans en arrière. Le manque de discernement de l'espace public cinématographique conduit à renforcer la tendance de baisse de fréquentation que l'on a vu dans la période précédente. En 1958, Jacques Durand évalue à 58% la part des milieux populaires (employés compris) dans le public ; celui-ci chute à 38% en 1974. Inversement, les cadres passent de 31% à 40% en 74 et 52% en 1990.

« Dès 1965, le CNC note que le cinéma est de moins en moins associé à un divertissement populaire et que le profil social de son public se rapproche de celui du théâtre. En 1974, la fréquentation des salles de cinéma est maximale au sein des spectateurs ayant poursuivi des études supérieures (83% y sont allés au moins une fois dans l'année) et minimale au sein des Français de niveau d'étude primaire (24%). »³⁰⁶

Le degré de formation du spectateur est constitué du savoir théorique mais également de sa propre expérience ainsi que de celle de ses proches,

« ce qui explique que le resserrement du public sur les classes moyennes urbaines favorise le développement des aspects les plus académiques de la culture cinématographique et les comportements les plus caractéristiques de la cinéphilie cultivée (demande croissante de salles et de films d'art et d'essai, de cinéma d'auteurs, de classiques, de copies en VOST, de revues spécialisées, d'exégèses académiques...) sans pour autant entraver l'expansion générale de cette culture

³⁰⁶ Montebello F., *Le cinéma en France...*, op.cit., p.100

cinématographique, notamment au sein des factions sociales en apparence les plus exclues de la sortie en salle comme les milieux populaires, les personnes âgées ou les enfants. »³⁰⁷

Autrement dit, l'espace public cinématographique a totalement oublié son public et c'est celui-ci qui, par répétition, par formation « tactique » au sein de l'espace public, tend à « s'acculturer » à une logique de cinéma. L'augmentation de la consommation de film à la télévision, parallèlement à l'émergence des magazines d'informations télévisées à très forts tirages accélèrent la « domestication » du film au sein des milieux populaires ; la reconversion de certaines salles de quartier dans la spécialisation de genres économiques permet même aux populations les moins insérées socialement de jouir du cinéma à coût de sortie relativement réduit. Cette dynamique n'est qu'une sorte de *statu quo* qui ne permet en rien de donner une définition claire de la pratique cinématographique et tend même à l'élaborer sur des malentendus : si l'articulation espace public / espace public cinématographique n'est certes jamais qu'une sorte de « jeu » d'expression et d'interprétation de part et d'autres, ici, les deux parties sont séparées, établissent leurs « tactiques » et, tout au plus, « spéculent » sur les logiques respectives. De la question du *sens commun*, l'on glisse vers la question de *l'intérêt*.

Pendant ce temps là, la télévision reproduit le schéma de la pratique cinématographique et le concurrence directement à la fois en tant que producteur de formes audiovisuelles et en tant que diffuseur (plus ou moins généraliste). En effet, la télévision reproduit les cadres temporels et sociaux de réception caractéristiques de la consommation publique de film en salle : série et feuilletons pour enfants le jeudi et le samedi après-midi ; les grands films du soir aux adultes ; longs-métrages tout public le dimanche après-midi ; le grand film du dimanche soir, où la famille reconstitue les caractéristiques de la salle (obscurité, silence...). De même, il y a un fort rôle de l'espace familial dans la transmission de l'amour du cinéma (notamment en milieu populaire) et ce rôle est facilité par la télévision (il est d'ailleurs notable que Gregory Tudella, responsable jeune public pour le GRAC, avoue être un « enfant de la télévision », et avoir été sensibilisé au cinéma par la petite lucarne³⁰⁸). À force de différer la question du symbolique, celle-ci est prise en charge par la télévision et tend à modifier radicalement les logiques d'articulation politique / esthétique à l'œuvre dans la médiation cinématographique, notamment en donnant une autre signification à la question de la sociabilité :

« Identique en cela aux modes de transmission les plus forts de l'appartenance politique, le caractère filial de la passion cinématographique trouve dans le dispositif télévisuel un cadre remarquablement efficace et

³⁰⁷ *ibid*

³⁰⁸ cf annexe 8 : « entretien avec Gregory Tudella, responsable Jeune Public au GRAC », , p.825

approprié. La télévision permet en effet de voir, dans le même temps, le film et la réaction des proches qui le regardent avec nous, là où l'obscurité de la salle nous oblige à participer collectivement sans voir les effets de notre propre participation : aimer le cinéma c'est aussi aimer ses proches par l'intermédiaire des films qu'ils aiment. »³⁰⁹

L'organisation de l'offre, la pratique cinématographique sont telles que le principe de médiation est comme prise en charge par le spectateur lui-même, se référant à une conception « picturale » du cinéma, dont un certain nombre de dispositifs permettent d'évaluer des qualités. Le « braconnage cavellien » apparaît dès lors dans la « domestication » du film, dépendant alors des logiques des intermédiaires qui ne participent pas directement au champ. Les compétences des spectateurs sont donc, au niveau strictement cinématographique, relativement fragiles. De même, la question de l'épreuve de la sociabilité est réduite à la sociabilité restreinte de son entourage. C'est alors que l'on comprend mieux le glissement progressif de la question du désir à la question du *conatus*, de la réduction de la problématisation de l'ordre symbolique et des logiques d'appartenance à la manifestation (signifiante) de son identité et de son appartenance.

Pendant ce temps – et nous y reviendrons avec plus de précision dans quelques pages³¹⁰ – la logique de l'exploitation vise des usages hautement réflexifs (et/ou « distingués » au sens bourdieusien) puisque l'offre est extrêmement segmentée. Le spectateur doit être capable d'identifier ses goûts pour choisir le meilleur film. De même, il s'agit d'une véritable manifestation de distinction, au sein l'espace public, en ceci que la tarification est toujours en progression. Autrement dit, loin de viser la médiation culturelle, nous sommes ici dans une logique d'offre de film pour un consommateur exigeant et compétent ; derrière la question de la diversité des films produits, nous sommes donc très loin de la question de démocratisation culturelle.

Ainsi, la pratique cinématographique – qui se caractérise par le conflit entre le discours spectacle, celui « modernissime » de la représentation, et l'irreprésentabilité de la dimension populaire – conduit à une situation qui pourrait sembler paradoxale : la baisse de la fréquentation en salle dans la période 60-80 ne se traduit ni par une baisse de l'offre des films, ni par une baisse de leur consommation. Au contraire, le stock de films disponibles sur le marché national s'accroît en même temps qu'augmente la possibilité pratique de les voir. Nous verrons, dans le passage suivant, cette dynamique s'affirmer toujours plus : empruntant

³⁰⁹ Montebello F., *Le cinéma en France...*, op.cit., p.167

³¹⁰ Partie II « II. Comment le marché des industries de contenu intègre l'économie du cinéma : la subversion de la question de sociabilité », p.416

d'autres formats et d'autres dispositifs techniques et humains que la salle (TV hertzienne, que l'on retrouvera ultérieurement avec la TV par câble, magnétoscope, foyer domestique, l'école, les festivals, les rétrospectives, les séminaires universitaires...), les films sont de plus en plus vus par des spectateurs de plus en plus informés de leurs qualités³¹¹. L'organisation de l'espace public cinématographique, la définition de la pratique, se porte moins sur les « attentes » du public, qu'il n'espère que celui-ci ait le souci d'y adhérer. L'entrée de nouveaux acteurs, comme la télévision, mais aussi des nouveaux professionnels au sein de l'espace public cinématographique doit se faire en correspondance avec les logiques des acteurs déjà intégrés. La question de l'articulation espace public cinématographique / espace public est encore une fois différée aux nouveaux entrants, aux nouveaux usages, aux nouveaux dispositifs audiovisuels. Comme si, à défaut d'avoir un discours au sein de l'espace public, le spectateur devait, bon an mal an, développer des compétences d'expertise – proche d'une conception picturale - ; et Montebello de citer Bourdieu : « *Les cinéphiles savent tout ce qu'il faut savoir des films qu'ils n'ont pas vus* ».

Il est important de faire un arrêt dans ce parcours historique. Et de remarquer qu'il y manque quelque chose. En effet, jusqu'aux années 1950 – c'est-à-dire avant l'institutionnalisation du cinéma et la mise en place d'une définition dominante mais restrictive de la pratique cinématographique -, il y avait deux grandes conceptions du cinéma qui « cohabitaient » : une approche qui prône *l'artisticité* et la modernité du cinéma et une approche plus populaire. Cette deuxième approche semble avoir été absorbée par la première – et nous postulons que c'est l'opportunité de la nouvelle vague, ainsi que sa relative réussite commerciale qui a conduit à occulter cette dimension, comme si l'approche des Jeunes Turcs la comprenait en son sein. La proposition « régressive » de Toscan Du Plantier, mais aussi la forte baisse de fréquentation (d'ailleurs inversement proportionnelle aux catégories socioprofessionnelles), montrent à quel point l'espace public cinématographique s'est ainsi désolidarisé de l'espace public.

Le cinéma, sous son acception populaire, ne disparaît pas pour autant, et reste économiquement important. Cependant, cette conception est atone au sein de l'espace public ;

³¹¹ Montebello F., *Le cinéma en France*, op.cit.

le seul indice de cette pratique serait de voir les usages du public, voir comment le marché rend compte d'une certaine pratique cinématographique. Or, précisément cela ne correspond pas à la pratique dominante. Dans notre approche critique des logiques de développement de l'espace public cinématographique et de la pratique cinématographique, il est important de faire figurer cette perspective parallèle, alternative.

L'auteur qui exprime certainement avec le plus de profondeur l'étrange pratique cinématographique populaire de cette période est Stanley Cavell. Bien que ses écrits ne soient pas contemporains à cette période, mais produits à une époque où cette pratique semble, sinon révolue, en train de disparaître (il est important de préciser que l'on doit passer par un auteur américain pour penser une pratique cinématographique alternative, tant la définition donnée par les auteurs des *Cahiers* est idéologiquement dominante).

Loin de manifester des enjeux politiques historiques évidents, le cinéma semble moins répondre à des problématiques d'actualité, chez Cavell, qu'il ne prend tout son sens précisément dans la manière dont il peut prendre ses distances avec l'actualité vécue. Le cinéma « change les idées » d'abord dans le sens le plus vulgaire de l'expression, c'est-à-dire permet de prendre certaines distances vis-à-vis de la vie quotidienne, vis-à-vis de l'espace public et de notre responsabilité à y être acteurs. La responsabilité à être acteur n'est pas nécessairement à prendre ici sous l'acception morale judéo-chrétienne de la faute et du devoir – même si cette acception imprègne l'espace public, notamment par la tendance à occulter le désir derrière une « transparence » du *conatus*. « Responsabilité » est aussi à prendre en termes pragmatique, qui implique que l'on est nécessairement acteur – à l'image d'un des slogans de l'école du Palo Alto : « on ne peut pas ne pas communiquer », autrement dit, l'on est toujours dans un procès de sociabilité et de signification. Il s'agit moins de « se changer les idées » que modifier temporairement le procès de sociabilité, le procès de signification et de réduire temporairement nos « actes » à l'interprétation. La dimension politique et « morale » est moins dans le signifié de l'expérience, moins dans le contenu des films, que dans le procès global de signification. Ainsi, si Cavell défend une certaine esthétique cinématographique et semble avoir son panthéon, il se garde de les exemplariser et d'en donner une portée universelle ; ils n'ont de sens, ils ne sont exemplaires qu'en vertu de son *regard* et de son *point de vue*. La pratique cinématographique qu'il définit n'est pas caractérisée par des contenus, par des signifiés, mais dans le processus de signification, dans les rencontres signifiantes qui se trament d'un film à un autre, dans les rencontres signifiantes qui se trament entre le film et son public, et dans les rencontres qui se trament entre un

spectateur et le reste du public. C'est précisément parce qu'il n'y a pas d'exemplarité dans cette pratique « populaire » que celle-ci n'a pas été entendue au sein de l'espace public.

Cette approche n'empêche nullement la « réflexivité » du spectateur et du dispositif. Bien au contraire, à partir de ces remarques liminaires, Cavell offre une approche hautement réflexive du dispositif, des usages spectatoriels et l'ouvre à toute problématique de langage et de sociabilité. Derrière ces formes parfois naïves que l'on voit à l'écran, derrière les « jeux » du spectateur de « croire » à ce qui est projeté, derrière le partage de ces croyances dans une salle se posent des questions politiques essentielles : Cavell interroge alors la notion d'*héritage* (avec le rapport ambigu entre le classique et le moderne), il rend compte de notre *condition sceptique* ; ce faisant, il insiste sur l'importance de la *voix* (comme expression de la singularité) et le rapport ambigu à l'ordinaire et aux mythes. L'ensemble est inscrit dans une problématique dominante de la *reconnaissance* (de soi, par les autres, des autres). Et ces problèmes sont posés aussi bien au niveau des *faits filmiques* (c'est-à-dire en deçà et par-delà les films, y compris les plus conventionnels), comme au niveau des *faits cinématographiques* (c'est-à-dire en deçà et par-delà les usages, y compris les moins réflexifs).

Au niveau du *fait filmique*, l'image n'a pas seulement une valeur référentielle, c'est-à-dire ne peut pas être considérée comme un simple enregistrement ; au contraire, les choses projetées participent de leur propre être, dans une sorte de puissance performative. Le cinéma projette un monde, il le démontre plus qu'il ne l'enregistre. Autrement dit, Cavell prend pour acquis ce que nous signalait déjà Benjamin à propos de n'importe quel médium : le langage, les films, ne sont pas des signifiants purs ; le problème n'est pas de savoir s'ils représentent convenablement la réalité, mais de savoir comment ils construisent une réalité. Et Cavell comme Benjamin insistent sur ce problème aussi bien au niveau de la représentation que dans le mode d'exposition.

La puissance expressive et affectuelle du cinéma consiste dans sa capacité à « dénier le monde réel », c'est-à-dire celui qui est hors de l'écran au profit de celui présenté sous l'optique de l'écran. C'est le champ lui-même qui constitue la réalité du monde projeté, par exemple avec la manière dont s'établit le *star system* : il y a une dimension tautologique de la star où celle-ci, au long de sa filmographie, incarne moins des personnages que le personnage qu'elle représente d'elle-même. La star est, en soi, vecteur de présentation. Il en est également ainsi de la constitution de genres cinématographiques : la logique cinématographique s'articule moins sur le discours d'un auteur que sur les énonciations possibles à partir d'émotions premières (peur, sens de la justice, douce pornographie...). L'auteur de cinéma est, chez Cavell, ontologiquement collectif et pose très précisément des problèmes d'héritage de

signification : dans *À la poursuite du bonheur*, Cavell revient sur ce problème en soulignant que l'intérêt du genre au cinéma porte moins sur ses conditions d'émergence que sur sa perpétuation et les questions d'héritages et de compensations qui en découlent. En effet, tous les films appartenant à un même genre ne se ressemblent pas et prennent sens, non pas à partir de traits de conformité, mais à travers la manière dont il s'accorde avec l'héritage du genre, son bien commun.

Les films offrent donc des problématiques analogues à celles de l'ordinaire et du monde hors de l'écran, mais ils prennent une force considérable lorsqu'ils apparaissent comme autonomes, indépendants de ce monde. Le spectateur semble pouvoir alors plus aisément circonscrire le monde du film et ses problématiques afin, de lui-même, procéder à l'analogie avec sa propre expérience. Évidemment, ces « mondes projetés », l'interprétation du spectateur, ne sont pas « autonomes » et séparés, mais inscrits dans une relation dialectique avec l'espace public et la culture ; cette « autonomie » est posée comme hypothèse afin de se distancier des interprétations et des interprétants usuels propres à la culture, afin de problématiser la structuration du procès de signification et les formes dominantes. Autrement dit, cette situation de déni n'est pas du tout illusoire, mais place le spectateur face à l'articulation problématique du désir avec le réel :

« c'est se faire une bien piètre idée du fantasme que de se figurer que c'est un monde coupé de la réalité, un monde qui exhibe clairement son irréalité. Le fantasme est précisément ce avec quoi la réalité peut se confondre. C'est par le fantasme qu'est posée notre conviction de la valeur de la réalité ; renoncer à nos fantasmes serait renoncer à notre contact avec le monde »³¹².

La question n'est pas de savoir si l'imaginaire est bon ou mauvais, mais de bien se rendre compte que l'imaginaire objective un rapport symbolique au réel. Il y a une nécessaire articulation réel / symbolique / imaginaire. Reste à déterminer si les articulations modalisées à un endroit donné, à un moment donné, telles qu'interprétées par le spectateur, lui conviennent ou non. Ainsi, le cinéma populaire, et plus précisément le cinéma hollywoodien, propose une pratique cinématographique qui se confronte directement à la question de la médiation de notre imaginaire et de nos désirs dans notre rapport au réel. La logique de ces films, y compris les plus ordinaires, s'appuie sur un rapport problématique aux mythes qui composent notre rapport au monde et au bien commun et ses illusions : *« l'inquiétante étrangeté est l'expérience normale du cinéma »*. C'est ainsi qu'il apparaît à la fois comme machine à rêves, et comme appel aux responsabilités : il nous échappe (temporairement) à la responsabilité

³¹² Cavell Stanley, *La projection du monde...*, op.cit., p.124

d'avoir à répondre du monde, mais il y procède en nous rappelant les limites de notre condition. *L'évidence* du monde n'est pas absolue et immédiate, mais socialement construite ; le cinéma montre d'une certaine manière comment on construit *l'évidence* d'un monde. Reste à déterminer pour le spectateur, dans sa réflexion, si *l'évidence* de son monde lui apparaît comme nécessaire ou comme arbitraire, pertinent ou problématique.

Ainsi, le cinéma vise une situation perceptive mythologique : les objets nous sont donnés comme s'ils étaient des donnés empiriques purs, sans que le spectateur soit obligé de le construire en objet³¹³. Au niveau du fait cinématographique, le cinéma déplace le spectateur avant de présenter les objets devant lui : le spectateur doit être hors du monde, être en exil provisoire, pour faire l'expérience d'un film. Le dispositif de projection a un caractère réflexif dont ne rendent pas compte les phénoménologues : le cinéma est irrémédiablement un art du passé, où le spectateur est dans une imposture, puisque toujours en retard par rapport au film auquel il n'est jamais présent. Le cinéma satisfait notre désir de reproduction magique du monde en permettant au public de le regarder sans être vu, et, par le biais de projection automatique des vues du monde, il nous ôte la responsabilité d'avoir à le voir.

Cependant, nous ne faisons pas entièrement un déni de notre monde et nous ne bénéficions pas d'un monde absolument « pur ». La « moralisation » de l'expérience est déjà prise en charge en partie par l'exploitant, notamment dans la manière dont il offre le spectacle cinématographique. C'est que le spectateur ne fait pas qu'avoir une possible posture réflexive devant un film, il ne fait pas que percevoir la construction de *l'évidence* du monde ; il fait également l'épreuve de la question de la sociabilité, et partage cette *évidence* du monde avec d'autres spectateur. C'est que le « partage du sensible » est un partage entre des personnes, implique des connexions entre différentes interprétations et expressions. Et, selon la manière dont se propose le spectacle cinématographique, les tactiques et la signification qui en découle diffèrent grandement : en effet, Cavell évoque un changement très important, qui apparaît à la fin de la période que nous sommes en train d'étudier, où l'on ne va plus au cinéma à n'importe quel moment de la séance, mais où l'on va voir un film. Si cela peut apparaître comme une logique de légitimation culturelle, Cavell y voit, au niveau « tactique », un changement paradigmatique où le spectateur dispose moins d'une liberté d'accès au monde projeté et où, au contraire, son désir fait l'objet d'une demande, laquelle peut être circonscrite et catégorisable. Cela complique grandement la tâche du spectateur puisque celui-ci doit se

³¹³ Domenach E., *Scepticisme, sense data et contexte : J L Austin, S Cavell, Thompson Clarke*, op.cit

positionner vis-à-vis du champ, ce qui n'était alors pas le cas. De plus, il s'agit moins d'éprouver la sociabilité que de chercher à manifester sa singularité, sa différence – stratégiquement, l'on tend à s'interdire d'apprécier le film ; moins à la recherche du désir que dans la nécessité d'affirmer une identité, le *conatus*.

Cela modifie considérablement la pratique et ses problématiques, même si l'on reste toujours dans le problème initial de la modernité, à savoir comment définir la consistance de la réalité et de la subjectivité à travers l'existence dans le monde et avec les autres. Dans la période du parlant et de la maturité du cinéma, le travail de l'acteur, dans la conception benjaminienne d'*apprivoisement du monde technicisé* (notamment par les médiums), participe encore de ce que Cavell appelle le « rêve sceptique » où

« un film est vu par un regard humain, certes, mais cela n'empêche que le monde d'un film est vu pour ainsi dire de l'extérieur, comme si pour une fois, grâce à la caméra, je pouvais voir le monde à partir du dehors, échapper à mon intériorité pour atteindre, enfin, le monde tel qu'il est »³¹⁴.

Le divertissement proposé par le dispositif cinématographique permet une distanciation au monde, et toute sa modernité consiste en la révélation de notre rapport distant au monde, suturé par des dispositifs et des réflexions qui n'ont rien d'évidents. Ce qui motive le *conatus* du spectateur, c'est précisément qu'à travers les composantes imaginaire (idéologique) du lien, il peut problématiser la nature même des relations symboliques : étant exclus du monde projeté – et, dans un court laps de temps, étant relativement exclus du monde réel – le spectateur peut interroger le monde d'où il pose son regard. Juger un film consiste alors à juger les nouvelles possibilités de vie qu'il y propose, juger la manière dont il fait une critique de notre rapport au monde ; en cela le cinéma est moderne, puisqu'il pose très précisément les fondements d'une critique immanente.

La pratique cinématographique est moins une consécration picturale – une assomption de la représentation - ici qu'un jeu de posture ironique du spectateur et la révélation de l'importance des camarades, du spectacle. Mais qu'en est-il si le dispositif et la pratique se concentrent sur le jugement et l'intérêt du spectateur, et tendent à laisser croire qu'ils n'expriment que cela ?

Ce problème émerge déjà à l'apparition du parlant et à la disparition complète des bonimenteurs : « *désormais, on ne va plus au cinéma, on va voir un film* »³¹⁵. La

³¹⁴ Marrati P., « Une image mouvante du scepticisme », in. *Rue Descartes*, 2006/3, n°53, p.66

³¹⁵ Aveline C., in. Montebello F., *Le cinéma en France*, op.cit

modernisation économique du cinéma consiste à chercher le public et la modernité du cinéma en est alors modifiée. Pour Cavell la question est de savoir en quoi cela modifie la nature de l'expérience du spectateur. Ce que prenaient en charge les bonimenteurs, puis après eux le dispositif cinématographique était une présentation des choses dont le spectateur devait faire une sorte de tri, trouver ce qui y est important et pourquoi ; par la réflexion, il comprendrait alors que les éléments importants d'un film le sont à l'aune de ses critères à lui. La communauté de spectateur se fait à l'aune du partage de ces valeurs. Mais, la modernisation économique et sociale du cinéma posent le partage des valeurs comme *a priori*. Et ce discours tend à se radicaliser au fil de l'évolution du secteur : nous en voyons déjà les prémises avec le parlant, nous en avons aussi vu les grands développements dans les périodes ultérieures. C'est dès lors plus le *conatus* du spectateur qui est interpellé que son désir ; les usages tendent à préserver la dimension privée du spectateur et tendent à occulter la question de la sociabilité.

Le parlant a ainsi amené un tout autre paradigme, posant à nouveaux frais la question de l'expérience esthétique et son articulation politique. De Benjamin à Cavell, il y a un écart théorique qui est consubstantiel à l'écart de la pratique cinématographique entre le muet et le parlant. À travers le jeu de l'acteur – renforcé par sa parole – , le cinéma interroge plus directement le singulier. De même, c'est progressivement la singularité d'un auteur ainsi que, au niveau théorique, la singularité du regard du spectateur – ou d'un spectateur –, qui deviennent le point névralgique de la pratique cinématographique. Si nous pouvons développer les théories de Benjamin sur ces points, il n'en demeure pas moins que la manière dont il a formulé les problèmes porte sur une esthétique de la masse qui disparaît progressivement : l'on passe alors de la dialectique esthétique du politique / politisation de l'art à une question bien plus proche des préoccupations du sujet, à savoir de déterminer ce qui compose l'expérience d'un spectateur et de s'interroger sur la réalité de celle-ci.

Pour résumer, l'émergence du parlant a ainsi considérablement modifié la pratique cinématographique. Les films deviennent alors les mêmes pour l'ensemble du territoire, exclus de toute forme de contingence locale d'exploitation, les conduisant à être de véritables biens culturels communs, ce qui conduit l'État à les prendre en compte dans une logique de politique de développement culturel. Cette légitimité accrue, le cinéma devient lieu de problématiques artistiques reconnues comme telles et devient un acteur de problématisation de la condition culturelle moderne.

Cette problématisation s'exprime de différentes manières. Tandis que le cinéma populaire commence à questionner les questions d'héritage, de voix, de singularité en proposant des films qui ont encore une forte dimension collective et de bien commun – ce dont traite avec beaucoup de précision Cavell –, un cinéma *modernissime*, plus moderne que le moderne, critique de la modernité antérieure, où la singularité est celle du regard du cinéaste – génie kantien –, apparaît. Or, au sein de l'organisation du champ, de la visibilité des discours au sein de l'espace public, la première approche est absente, tandis que la seconde devient prégnante.

L'institutionnalisation de l'espace public cinématographique (c'est-à-dire sa reconnaissance juridique par l'État) n'a fait que prononcer cette tendance. La pratique cinématographique ne correspond pourtant pas aux objectifs de démocratisation culturelle et se stabilise sur un discours clôt, dont l'équilibre économique est compensé par l'augmentation du prix des billets, et l'équilibre idéologique se manifeste par un « apparent » renouvellement des acteurs et par la prise en charge de la pratique par des dispositifs connexes, comme la presse et la télévision.

iv. La crise des années 1980 et l'émergence d'un nouveau paradigme (1981-1993)

Le tournant des années 1980 apparaît alors comme un terrible « effet de réel » pour l'espace public cinématographique : la fréquentation des salles chute de manière spectaculaire. Comme un « retour du refoulé », une manifestation radicale de l'espace public qui a été occulté.

Loin de rétablir un lien avec l'espace public, l'espace public cinématographique persiste dans son *illusio*, dans la répétition désespérée d'une pratique cinématographique qui a eu son importance dans les années 1960, mais qui n'est désormais plus opératoire. C'est, par ailleurs, à cette époque que l'on voit reflourir les discours de « mort du cinéma », notamment chez les critiques.

Le champ a essayé de trouver de vaines solutions, notamment en renouvelant l'offre selon l'attente présumée du public : rénovation des salles, généralisation de l'exclusivité, financement de productions culturelles prestigieuses, innovation artistique et technique (*Nouvel Hollywood*, nouvelle qualité française, cinéma d'auteur, film-catastrophe,

blockbuster), fabrication et promotion spécialisées d'objets spectaculaires inédits à faible coûts de réalisations (filmographies étrangères, film expérimental, western spaghetti, films de karaté, films érotiques et pornographiques), invention des dramatiques télé, des téléfilms et des séries. Mais ces différentes « offres » trouvent leur unité dans la diffusion télévisuelle, tandis qu'elles sont, tout au plus, programmées dans des lieux de projection plus ou moins spécialisés. Comme si la caractérisation de l'exploitation cinématographique passait uniquement par la caractérisation des films qui y sont projetés, et non pas en fonction des usages des spectateurs. C'est un véritable problème parce que, au fur et à mesure que la télévision prend de l'importance au sein de l'espace public, l'écart entre espace public cinématographique et espace public s'est d'autant plus creusé et la radicalité de la pratique cinématographique dominante s'est prononcée (occultant les formes alternatives présentes).

Une des figures majeures de cette pratique dominante se retrouve dans *l'Homme ordinaire du cinéma* de Jean-Louis Schéfer, à la fois par la manière dont il envisage les usages et la pratique cinématographique et par l'importance que ce texte a eu dans les milieux « cinéphiles »³¹⁶. Son texte est une sorte de manifeste contre les théories *surmoïsantes* des années 1970 et s'attaque plus précisément à la question de la posture régressive du spectateur que Schéfer refuse.

Son texte apparaît, de prime abord comme héritier du travail de Walter Benjamin. Le regard d'un « homme ordinaire » sur le cinéma ne relève pas d'un *discours*, c'est-à-dire d'une élaboration de sens modalisé par la langue,

« mais d'une écriture (d'une recherche dont l'objet n'est pas une construction mais l'énigme d'une origine) »³¹⁷

L'on rejoint là la question de la critique comme production de sens sur une œuvre – versus révélation définitive d'un sens définitif de l'œuvre –, ainsi que la « trahison » qu'implique de passer d'une forme de langage à une autre. Cependant, la similitude entre ces deux auteurs s'arrête là : si Benjamin problématise ce point et en voit les incidences dans les expériences esthétiques en général – voir dans le rapport au politique – et de concevoir le symbolique autrement qu'à travers le registre linguistique, Schéfer, nous le verrons, tend malgré lui à l'inscrire dans l'ordre du langage. Ce faisant, il occulte une des spécificités du cinéma.

Selon Schéfer, le regard, ou savoir, du spectateur n'existe ni hors de l'expérience cinématographique, ni hors du spectateur singulier. Autrement dit, l'ontologie du cinéma n'est

³¹⁶ Schéfer J-L, *L'homme ordinaire du cinéma*, Paris, Cahiers du Cinéma, Gallimard, 1980

³¹⁷ *ibid.*, p.5-6

pas un fait matériel – par exemple un film, un dispositif – mais une « évanescence » : le portait de l'homme intérieur du spectateur révélé à lui-même. L'on retrouve là des ambiguïtés similaires à celles des textes de Benjamin, et un même champ lexical de la *fugitivité*, illustrant à quel point la question du symbolique est difficilement analysable lorsqu'elle problématise des éléments qui ne sont pas circonscrits dans le langage. Schéfer ne traite pas le cinéma comme « ensemble de film », ni vraiment comme « dispositif » ; ce que nous propose Schefer, c'est un *processus*. Il n'y a pas « Le cinéma », mais plusieurs « mon cinéma ». Autrement dit, il semble transférer la question ontologique aux phénomènes spectatoriels. Le processus cinéma, le processus d'écriture, tel que développé par Schefer apparaît comme un développement intertextuel dont les éléments et moteurs sont les images et les affects. De là son caractère « indicible ». Il se découvre non par le pensé, mais par le senti. Ce qu'occulte pourtant Schéfer – contrairement à Benjamin et à Cavell – est précisément l'incidence du dispositif de projection dans le rapport spéculaire que le spectateur entretient vis-à-vis de l'image.

L'expérience cinématographique devient en quelque sorte expérience « existentielle ». Mais, contrairement aux phénoménologues, Schefer insiste particulièrement sur un point : cette expérience est radicalement différente de celle de notre quotidien. Pour preuve, le ressenti que l'on peut avoir en sortant de la salle de cinéma : que retenons-nous de cette expérience cinématographique lorsque l'on retrouve la rue ?

*« c'est donc de l'inexistence essentielle de notre monde que nous nous sommes assurés. C'est aussitôt le sommeil impossible et simultané de toute l'humanité qui nous a repris »*³¹⁸

« Notre monde », c'est le monde intertextuel du spectateur révélé à lui-même ; ce monde est fondamentalement non-concret et non modalisable.

Mais que se passe-t-il donc pendant la séance ? Un rapport singulier que le spectateur entretient avec le film et une forme de « responsabilité » symbolique – si Cavell envisage cette question sous un angle « pragmatique », Schéfer, quant à lui, est exclusivement inscrit dans une approche « moraliste » propre à l'héritage judéo-chrétien. Le spectateur se (re)découvre constamment, selon Schéfer, comme étant le « réel » du film. Sans spectateur, pas de film ; tout au plus, une évanescence lumineuse dont un écran se sert comme parure. Il n'est pas besoin d'avoir un savoir spécifique pour voir un film – tout au plus cela demande une certaine habitude : l'usage de la « partie invisible de notre corps », autrement dit notre « mémoire » de spectateur, la connaissance de notre réel spectatoriel. Ensuite, le spectateur se

³¹⁸ *ibid.*, p.111

doit de réapproprier son réel. Le réel du spectateur, et sur ce point Schéfer n'en démord pas, n'est pas une aliénation au film, ni une posture narcissico-régressive. Sur ce point, il devient un contrepoids radical et intéressant des débats des années 1970 lancé par Metz et Baudry au sujet du dispositif cinématographique (qui, selon eux, n'a de signification que « régressive » : il s'agit d'interdire les logiques symboliques usuelles – c'est dire si la question du symbolique et de la sociabilité n'est pas prise en compte dans les théories françaises). Cette « nuit expérimentale » dans laquelle le spectateur de cinéma est plongé (c'est-à-dire la salle obscure) sépare le spectateur de son corps, désubstantialise son corps. En vue de quoi ? En vue de générer l'expérience existentielle du temps rendu image par soustraction du corps. C'est la mosaïque d'image qui cristallise le temps ; c'est la mémoire du spectateur qui la génère. Le « réel » du spectateur n'est donc pas son corps, ni son esprit ; c'est sa mémoire, « *une mémoire mêlée d'images et d'affects expérimentaux* »³¹⁹. Le réel spectatoriel est un réel intertextuel. Le scénario ne lui apparaît pas tant comme un catalogue de désirs à combler que comme « crédits d'affects » ;

*« le rêve ici n'est pas réalisation d'un désir, il faudrait maintenant entendre plutôt ceci, de plus essentiel, qu'il ne fait que le légitimer »*³²⁰

L'expérience existentielle du spectateur se révèle en même temps qu'elle naît ou se développe. Elle n'éclaire pas le film, elle naît avec le regard, elle est ce regard. L'expérience du spectateur n'est pas un test de temporalité ; elle est cette temporalité même. Notre « corps intérieur », notre subjectivité, est informulable parce qu'elle appert comme affect, c'est-à-dire comme distorsion du film. Nous ne saurions donc avoir un quelconque repère, puisque notre perception même tord la réalité du film. Nous sommes spectateur de notre propre invisibilité, de notre mémoire mais non de manière directe : notre mémoire se révèle par effet de négation, de distorsion.

Le regard du spectateur, le processus cinéma, est donc distorsion du film. Il ne s'agit pas tant d'aller au plus près du film que d'aller au plus près de soi. Cela s'explique par deux points : le corps du spectateur est effacé, ce qui le force à accentuer une certaine sensibilité ; le spectateur a un devoir moral vis-à-vis du film.

Le spectateur est le monde dans lequel il est plongé. Plus précisément, ce monde prend des plis, des teintes, des formes, sa substance par l'éclairage de la sensibilité du spectateur. Le phénomène filmique – la scène – se dissout et se trouve être recomposée par le jeu de résonance, d'itération du spectateur. Plus vulgairement, la profondeur d'une scène se juge à

³¹⁹ *ibid.*, p.10

³²⁰ *ibid.*, p.10, le mot n'est pas souligné par l'auteur, mais par la citation.

l'aune de « l'écho » qu'elle a dans le spectateur. Sur ce point, nous nous retrouvons nous aussi alors face à une impasse : la narratologie ne saurait rendre compte du ressenti du spectateur, c'est-à-dire de la portée du « réel » du film.

Schéfer retourne en quelque sorte les présupposés classiques de la mécanique identificatoire au cinéma. Selon lui, on ne se projette pas dans les personnages, comme s'ils pouvaient combler un manque en nous ; au contraire, c'est le spectateur qui comble un manque. En quelque sorte, dans un apport cognitif, le cinéma n'apparaît pas comme une sorte de maître à penser, mais plutôt comme un « mètre », un cadre d'expérimentation.

Il convient de mesurer toutes les confusions que Schéfer fait dans sa conception des notions de « réel » et de « symbolique ». Il convient aussi de rappeler que, s'il développe une réflexion approfondie sur l'articulation film / spectateur et réengage la question du symbolique, il fait totalement l'impasse sur la salle : dans son texte, le spectateur est comme seul face à l'écran. Toute la critique que nous allons ici succinctement faire de son texte permet de rendre compte de la manière dont la pratique cinématographique définit les usages.

Ce spectateur schéferien est, avant tout, un « homme ordinaire », un « homme sans qualité », c'est-à-dire, à la base, un terrain absolument vierge dans la construction de la signification. L'on peut vraiment s'interroger sur la notion « d'homme sans qualité » - dont la référence au roman éponyme de Robert Musil ne fait que renforcer notre critique d'une tendance littéraire : n'est-il pas, à ce titre, comparable à l'ego transcendantal, comparable au problème du sujet transcendantal qui conduit à un certain idéalisme ? L'homme ordinaire, sans qualité, de Schéfer ne vise apparemment rien d'autre qu'un retour à soi, réduit l'expérience esthétique à l'expérimentation du Soi ; le rapport intertextuel est un rapport exclusivement orientée sur la mémoire du spectateur qu'il s'agit de « révéler ». Nous retrouvons là la logique propre aux Romantiques dont Benjamin a fait la critique dans sa thèse de doctorat³²¹. Le spectateur schéferien est un *dandy* et, comme tel, il s'affirme dans la distance qu'il prend vis-à-vis des phénomènes du monde en général et des phénomènes filmiques en particulier.

Deux choses à pointer à ce titre. D'une part, le spectateur n'est pas seul face à un film, mais dans un dispositif qui manifeste toujours la question de la sociabilité. La salle a donc une

³²¹ Cf Partie I « iv. Aux sources de la problématiques de Benjamin : usages et mésusages de l'esthétique de Kant », p.107

incidence sur l'interprétation, elle participe de l'interprétation. Elle est à la fois le « réel » - toute la contingence – de la séance, mais elle constitue aussi toute la logique symbolique à l'œuvre dans l'interprétation et l'identification. Ce n'est pas un simple retour à soi ; c'est l'identification d'un soi qui, à travers l'interprétation, participe d'un ordre symbolique. D'autre part, nous insistons sur le fait que si Kant a peiné à inscrire l'expérience du sujet transcendantal dans un sens commun, il convient néanmoins de rappeler qu'il montre qu'il existe un tel lien – les Romantiques et, à sa manière, Schéfer, le dénie complètement.

Pour le dire autrement, si nous partageons, avec Schéfer, le refus de la théorie de la posture régressive du spectateur dans une salle de cinéma, c'est-à-dire le refus d'une théorie de l'empathie totale et de la totale perte de distance symbolique, nous ne le suivons pas sur la manière dont il retrouve la distanciation. Il semble la porter sur le mauvais objet : l'expérience esthétique, dans le texte de Schéfer, implique une grande distanciation du spectateur (qui décompose le « réel du film ») et une sorte de self empathie, d'empathie de soi (puisque la recomposition du réel est animé par, et a pour visée, soi). C'est qu'en excluant la salle, il exclut la double articulation de la distanciation et de l'empathie. Certes, le spectateur peut être critique - c'est-à-dire qu'il sépare, fait des choix -, ce qui implique une distanciation, cependant l'activité critique vise un rapport réflexif qui ne se réduit pas au soi, mais qui s'ouvre au sens commun, d'autant plus que, précisément, la fiction est partagée par un public, génère une empathie du public. Cela pose donc également la question de la relation de soi à la sociabilité et tend à un procès de signification et de sociabilité bien plus complexe que celui que nous expose Schéfer.

Au final, sa conception de la pratique cinématographique tend à s'indistinguer de celle de la lecture. En occultant la double articulation propre au dispositif cinématographique, et en n'en privilégiant qu'une, Schéfer traite de l'expérience esthétique d'un film comme l'on pourrait en traiter l'expérience littéraire (cela ne veut pas dire que l'expérience littéraire est moins intéressante que l'expérience cinématographique ; cela veut dire que l'expérience cinématographique manifeste des problématiques de sociabilité qui sont implicites dans l'expérience littéraire). Pire, l'on peut même dire qu'il légitime son usage du cinéma en ceci que son usage est comparable à la pratique littéraire.

Il s'agit finalement d'une réactualisation de la thématique des Romantiques, d'une réduction de la médiation cinématographique à une activité de lecture. De même, la question de la « légitimité du désir » montre à quel point l'on peine à l'envisager sous l'angle dialectique : le désir légitimé de Schéfer n'est rien d'autre que l'affirmation du *conatus* – et tend à laisser croire que la question de la sociabilité n'a aucune incidence sur l'expérience

cinématographique, celle-ci se résumant presque à une expérience littéraire dont la réflexivité se limite au soi.

Cette définition de la pratique est celle qui devient communément partagée. Les usages manifestent cette pratique de manière plus ou moins élaborée selon la « distinction » du spectateur. Les « cinéphiles » sont alors ceux qui connaissent bien le réseau intertextuel de films et les usages spectatoriels ne viseraient rien d'autre qu'un souci de soi. En ce sens, la salle de cinéma n'est qu'une contingence à l'expérience, une forme de diffusion qui a tout au plus une « plus-value » (qui n'a de sens que social)...

Il est d'ailleurs notable que la baisse du nombre d'entrée est socialement sélective : 42% des spectateurs sont de catégories socioprofessionnelles supérieures (alors qu'ils étaient, jusqu'à la période précédente absolument minoritaires). La « cinéphilie » elle-même change : ses critères sont plus proche de ceux des *Césars* que des *Cahiers du cinéma*. La cinéphilie savante tend à disparaître : moins de revue spécialisée et moins de ciné-clubs ; inversement, la télévision capte de plus en plus de publics et le réseau *art et essai* continue à se développer. Il convient de mesurer ce que signifie ce changement du parc des salles et ce changement d'ordonnement du discours, (ce changement de pratique) : la problématisation de la pratique cinématographique (à travers la lecture de revues savantes) et des enjeux esthétiques et politiques du cinéma en négociation avec l'espace public (à travers la discussion – que l'on peut prendre sous son acception habermassienne - à l'œuvre dans les ciné-clubs) est exclue.

Il y a une totale désolidarisation des éléments dialectiques, totale désolidarisation de l'articulation film / salle, dont l'espace laissé vide est compensé par le rôle majeur que l'on confère au *conatus*, aux « jeux » de distinction sociale, bref à la « discrétion » des usagers. Cela se manifeste notamment dans la manière dont on valorise l'expérience en salle : si c'est la télévision qui devient « médiateur », la salle de cinéma devient le diffuseur des exclusivités, avec une simple plus-value expérientielle. La pérennité de la pratique cinématographique se résume, d'ailleurs, par le soutien permanent de l'État et la détermination d'un ennemi : la télévision, puis le cinéma américain.

L'offre est de moins en moins segmentée et de plus en plus unilatérale. La dissolution du Groupe GIE-Gaumont-Pathé de Lang ne change rien. Les trois grosses entreprises possèdent ou programment 20% des écrans et recueillent 45 des recettes. Cela abouti également à une considérable réduction de durée de vie des films. Les petits films n'ont même plus de salles et les salles réduites n'obtiennent pas les « films porteurs ».

De plus, les formations tendent à créer, une sorte de déprofessionnalisation du métier : que ce soit au niveau des jeunes cinéastes comme au niveau des jeunes techniciens. Le film d'auteur devient l'équivalent du « film sur commande » pour les générations précédentes ; une sorte d'ensemble de contraintes implicites à respecter. Mais on reproche à cette « nouvelle » *nouvelle vague* la même chose qu'à leurs prédécesseurs : l'enfermement dans son petit « milieu ». La *Galaxie BBC* – c'est-à-dire Besson, Beineix et Carax – sur lesquels beaucoup d'espoir étaient portés déçoit : Léos Carax et Jean-Jacques Beineix reproduiront toujours les mêmes thématiques et Luc Besson horripile les critiques dans sa tendance à se consacrer à un simili-cinéma américaine. De même, d'autres jeunes cinéastes que l'on découvre au tournant des années 1990, comme Olivier Assayas, restent engoncés dans les thématiques et les logiques formelles propres à la ligne défendue par les *Cahiers du Cinéma* depuis 30 ans (il est, par ailleurs, notable que ces cinéastes sont généralement issus de cette revue).

La chute du nombre d'entrée touche ainsi particulièrement le film français, qui passe en dessous de la barre des 50% en 1980 et 32,3% en 1999 (d'ailleurs seuls trois films ont été rentables en salle cette année là). Ces films rencontrent mieux leur public à la télévision.

v. Le cinéma inscrit dans une logique de communication (1993-2010).

Les réglementations entre l'espace public cinématographique et la filière télévisuelle ont eu pour but d'unifier les deux filières contre les USA. D'ailleurs le statut du Téléfilm a changé, cessant d'être parent pauvre du cinéma ; beaucoup de Téléfilms vont avoir une carrière au cinéma et des reconnaissances : *les roseaux sauvages* (Téchiné, César du meilleur film), le *péril jeune* (Klapisch, 94), *Marius et Jeanette* (Guédiguian, 1997)...

Le réseau de la TV par câble s'étend et favorise le développement de chaînes thématiques (début 90's : Canal J, TV Sport, Planète, CinéCinéma, Canal Info, MCM, Canal Jimmy, CinéCinéfil, Eurosport). A partir de 1996, le satellite accélère l'offre de programmation télévisée, si bien qu'à la fin de la décennie, on compte 13 chaînes consacrées au cinéma dont CinéCinéma qui diffuse 25 heures par jour des films récents multidiffusés, CinéCinéfil spécialisé dans le patrimoine du cinéma français et étranger, et TCM (Turner Classic Movies)

dans le patrimoine hollywoodien 30-70. Fin 2001 : 8,4 millions de foyers sont câblés (dont 3,2 millions d'abonnés) et 2,9 millions sont abonnés au satellite³²².

Le numérique bouleverse également la consommation filmique, notamment avec le DVD, créée en 97, qui, en 5 ans bat les records de ventes de la VHS (49,2 millions contre 32,7). Il de vient un nouvel outil de domestication grâce à :

- qualité
- inaltérabilité
- profusion de l'information (bonus, angles, langues, commentaires...).

En outre, la même technologie permet le téléchargement de films : au premier semestre 2004, le CNC comptabilisait à environ 20 millions d'internautes âgés de plus de 15 ans, dont 3 millions de « pirates » et 80,5 millions de supports pirates, le nombre d'œuvres cinématographiques offertes illégalement était de 468 (116 français et 244 américains) ; au même moment, la FNAC propose de télécharger légalement 300 films jamais édités en DVD. Ce nouveau système permet de sortir du cadre national du marché.

Cette nouvelle offre s'accompagne d'une baisse de fréquentation des salles (175 millions d'entrées en 85, 116 millions en 92). Du coup, les débats portent désormais moins sur l'influence de la TV sur le cinéma que sur la question de l'audiovisuel en général, à travers la question de l'exception culturelle. En 1994 se négocient les accords du GATT où réapparaît la question du film français qui n'est pas une marchandise comme une autre. Les USA attaquent les mesures déloyales d'aides au cinéma français ; ils oublient évidemment d'évoquer leur différentes mesures protectionnistes : de la fermeture totale avec Edison, avec la stratégie actuelle de ne diffuser les films étrangers qu'en VOST. De plus les USA dominant malgré tout.

Ils dominant d'ailleurs principalement sur un nouveau marché d'exploitation : les multiplexes. Le remplacement des complexes multisalles vieillissants, par les multiplexes crée la remontée de la fréquentation des salles (de 93 à 2003, on passe de 133 à 174 millions d'entrées)³²³, avec des espaces plus grands, fauteuils plus larges, meilleurs sonorisations, écrans plus grands... Souvent implantés en périphérie, le multiplexe permet des facilités d'accès et de stationnement et propose des services complémentaires (restauration, confiserie, librairies, ventes de K7, parfois gardes d'enfant...). On passe de 2 en 1993 à 117 en 2003 ; 24% du parc mais 43% des entrées. Néanmoins, en parallèle, s'est développé le réseau de

³²² Montebello F., *Le cinéma en France...*, op.cit.

³²³ *ibid*

films *Arts et Essais* : 998 établissements en 2003. Concentrée sur une quinzaine de départements parmi les plus urbanisés de France (Paris, le Nord, le Rhône et Bouches-du-Rhône), la fréquentation des salles n'en a pas pour autant disparu des départements ruraux. Des établissements indépendants, d'autres animés par une association ou bien soutenus par une collectivité territoriale (1150 écrans en 94), s'appuient sur la dimension collective du spectacle cinématographique pour dynamiser la vie culturelle locale.

*« Certains multiplexes eux-mêmes dont l'installation en périphérie urbaine draine un grand nombre de familles installées dans des communes rurales environnantes remplissent paradoxalement une fonction sociale équivalente à un cinéma de proximité »*³²⁴

Pic de fréquentation en 2001 avec la carte illimitée d'UGC, puis celle de Gaumont-MK2 : la consommation de ces 230 000 consommateurs représente 6% des entrées en 2002. La surreprésentation des employés et des professions intermédiaires par rapport à la population traditionnelle du cinéma fait du porteur de cartes un spectateur, jeune, urbain et de revenus modestes.

Il y a, grâce au multiplexe et au DVD, une revalorisation du prestige culturel du film. C'est dire si les multiplexes conduisent à envisager (enfin) la question de l'importance de la salle dans la médiation cinématographique. C'est dire s'il y a un « désir » de cinéma de la part du public.

Il est, par ailleurs, important de pointer l'importance de la qualité du dispositif de projection dans les usages spectatoriels liés aux NTIC. Ce sont les salles dont l'augmentation de qualité s'est faite en parallèle de celle des équipements domestiques qui rencontrent le plus de succès ; de même, des dispositifs de bonnes qualités techniques (16/9^e, DVD, Home cinema...) se trouvent dans plus de 40% des foyers ouvriers (21,7% pour les intermédiaires et 10,2% pour les cadres supérieurs) rappelant ainsi les caractéristiques essentielles de la cinéphilie populaire. Les dépenses des ménages pour la télévision ont été multipliées par 10 depuis 1980 (dont 10 à 23,5% des dépenses sont constituées par l'achat de vidéogrammes).

De plus, la consommation de film est protéiforme : en 2002, 20 millions de magnétoscopes dans les 81% des foyers. 23,3% des ménages sont équipés de lecteur DVD (5,6 millions en service). On a vendu 81,9 millions de VHS et DVD cette année dont 11,8 millions via 15 000 kiosques à journaux. Les 2000 vidéoclubs français ont enregistré 70 millions de locations (dont la moitié par l'intermédiaire de distributeurs automatiques). Plus de 4 000 titres étaient

³²⁴ *ibid*, p.182

disponibles en DVD uniquement et près de 1 500 films étaient diffusés sur les chaînes hertziennes en 2001³²⁵. Ajouté à cela les chaînes thématiques montent le total de films présentés à la TV à plus de 5 000 titres. Le CNC estimait que chaque téléspectateur avait regardé en moyenne 74 heures de films de cinéma et 262 heures de fictions télévisuelles ; 187 millions d'entrées au cinéma pour 4 000 films en exploitations dont 500 nouveaux titres.

Il n'y a donc pas de « mort du cinéma ». Il y a, au contraire, une véritable demande, aussi bien demande de films, que demande de lieux d'expériences cinématographique. Simplement, c'est la pratique contemporaine du cinéma – c'est-à-dire une définition du spectacle cinématographique, de son inscription dans l'espace public, de ses conditions d'effectuabilité et de signifiante - que l'on doit alors (re)définir. Si les exploitants rencontrent actuellement de grandes difficultés économiques, il convient aussi de mesurer à quel point leur fonction est en « crise », c'est-à-dire en bouleversement. La logique économique est une manière d'exprimer un rapport de pouvoir et une structuration idéologique ; elle n'est pas l'unique dépositaire du problème. Ce sont tous les acteurs de l'espace public cinématographique qui participent à la définition de la pratique et c'est alors une remise en cause globale de *l'illusio* de cet espace, du caractère désormais non opératoire de la pratique cinématographique telle qu'elle a été jusqu'à présent définie, qui participe de la résolution du problème.

Il devient intéressant de faire ici une petite « photographie », un petit état des lieux des rapports de force entre les différents acteurs de l'ensemble de l'espace public cinématographique. Cela est d'autant plus éclairant que nous remarquerons que leur rationalité est à la fois déterminée par les rapports internes et par des éléments extérieurs qui leur impose d'affirmer leur position au niveau interne.

Voyons, par exemple, la position de l'État. Dès le milieu 80, Lang et le directeur du CNC tentent d'intéresser les pays d'Europe à la défense de leur production audiovisuelle. Peu d'interlocuteurs : pas d'équivalent du CNC et peu d'équivalent au ministère de la culture dans le reste de l'Europe. Ils réussissent néanmoins en 91 à constituer un Plan Média : système d'aide audiovisuel et exception culturelle dans le traité de Maastricht. Beaucoup de cinéastes européens renommés défendent cette position et profitent même des aides françaises et européennes. L'État soutient énormément le cinéma français, malgré les différents ministres. La question de l'exception est seulement repoussée à plus tard.

³²⁵ *ibid.*

Un autre accord va relancer la question, celui à l'OCDE de l'Accord Multilatéral sur l'Investissement : cet accord pose l'égalité des investisseurs nationaux et étrangers et accorde la possibilité aux entreprises d'attaquer les gouvernements sur toute décision politique ou réglementaire remettant en cause cette égalité, ce qui est le cas du système français. L'accord ne sera pas signé et la question de l'exception culturelle va prendre une acception plus large. Nous sommes bien loin ici du chauvinisme des années 30. Cependant, la structure de l'économie du cinéma, en France, accorde une très grande importance à la production des films, parfois au détriment de leurs diffusions. La salle de cinéma est, en effet, encore principalement reconnue comme diffuseur de film et se trouve caractérisée par les objets diffusés.

Au niveau de la pratique « exigeante », moderne troisième génération, - c'est-à-dire la position des acteurs institutionnels dans la production, mais aussi dans la critique - « l'autre » reste toujours le cinéma commercial, dominant, que l'on critique en jouxtant les catégories et en radicalisant les extrémismes formelles. C'est ce qu'Aumont nomme la « tendance au sur- » : la sursensation (cinéma de Hong Kong), la surcitation (Godard, Van Sant), la surdramaturgie (Lynch, Verhoeven)... C'est-à-dire que la perspective de développement du cinéma consiste alors dans sa séparation définitive avec le réel et dans l'enfermement de son propre enchaînement de signifiants. En quelque sorte, les films se réduisent à faire la performance de l'intertextualité – ou, plutôt, *intericonicité* – et ne problématisent plus leur relation à l'espace public. Les défenseurs du cinéma d'auteur se sont d'ailleurs tournés, dans les années 1990 vers des cinéastes de l'assignation : Kiarostami, Hou Hsiao-Hsien...

Cette tendance se radicalise et touche le cinéma populaire avec la numérisation des dispositifs : c'est la marque de la fin de la *passion du réel*. C'est ainsi également, et la démarche rosselinienne apparaît comme modernité indépassable et il y a une multiplication des discours portant sur la mort du cinéma et sur sa nécessaire rétrospective : Deleuze, Godard... Cependant, cela ne concerne qu'un public expert qui s'emploie aux jeux institutionnels proches de ceux de l'art contemporain et qui, pourtant, n'a pas véritablement lieu dans le champ du cinéma. Ce sont les critiques qui ont circonscrit ces problématiques et un micro-champ semi-autonome. De même, dans la dimension populaire, pour la construction de la notion de *qualité*, qui se caractérise moins sur l'articulation signifiante avec l'espace public que par une manière dont les acteurs institutionnels envisagent ce qui est bon pour le public ; en quelque sorte, ces acteurs se posent comme « éducateurs ».

L'ambiguïté des formules se révèle dès lors d'autant plus nettement que les formes sont transversales, parfois transmédiales, et qu'il y a des possibilités de muséification privée du

cinéma (DVD, Internet...). Normalement la valorisation passe par un jeu institutionnel, mais la mécanique de la politique des auteurs souffre de son propre succès : est auteur tout cinéaste ayant un monde qui lui soit propre, et ainsi, est cinéphile tout spectateur capable d'identifier ou d'apprécier ces auteurs. La mécanique d'expertise qui prédomine dans la caractérisation du cinéphile, prend moins en compte la légitimité d'un objet que l'agrégation de connaissances et de consommations autour du dit objet : dès lors, il y a une multiplication des cinéphilies, toujours plus spécifiées, comme autant de systèmes d'experts. C'est que, de la logique de la politique des auteurs, nous avons eu tendance à évincer la dimension proprement politique.

Cela se caractérise également au niveau des théories où les études sont totalement circonscrites et relativement séparées :

« Depuis le séisme du livre de Schéfer et les méconceptions égotistes qu'il a généré, ce qui domine la théorie n'est plus le questionnement classique sur le Grand Autre, sur le Monde et la mondéité, sur le réel et l'être. Le problème du corps n'a pas encore tout à fait achevé son règne dans la théorie – non dans le droit-fil d'une libération éthique-politique (nous sommes aussi asservis que jamais), non dans la filiation d'une pensée critique (Foucault est oublié, par canonisation prématurée), mais comme conséquence, lointaine mais directe, du triomphe du libéralisme, avec le culte du Moi comme adorable »³²⁶.

Cela se retrouve assez précisément au niveau des études cinématographiques en France où l'approche sociologique est dogmatiquement séparée de l'approche esthétique. La seconde est encore dominée par l'approche moderniste des Cahiers du Cinéma et considère l'approche rosselinienne comme le paradigme de l'essence du cinéma ; inversement, les études sociologiques portent, avec une précision tendant parfois au réductionnisme, aux stratégies des acteurs, qu'ils appartiennent au champ ou qu'ils soient spectateurs. Morts de l'essence du cinéma versus des cinémas qui n'ont jamais existé que selon le bon vouloir du regard des spectateurs... C'est que le champ théorique n'arrive pas à trouver l'ordre des idées structurellement analogiques à l'ordre de la pratique du cinéma : le champ théorique se divise, à l'image de ce qui se configurait dès les années 20 – cinéma d'auteur versus cinéma populaire -, tandis que l'espace public cinématographique a historiquement tendu à concilier ces deux tendances (dans les années 1920).

Ainsi, l'établissement de l'espace public cinématographique, son institutionnalisation implique une visibilité au sein de l'espace public, donc un discours le légitimant. Le(s)

³²⁶ Aumont J., op.cit., p.115

critère(s) dépend(ent) de l'espace public ; autrement dit, les critères opératoires au sein du champ ne le sont pas mécaniquement dans l'espace public. Ce qui le rend pertinent est l'échange signifiant (et réel, notamment monétaire) qu'il entretient avec l'espace public.

C'est pourquoi Dominique Château a en partie raison de relier la question de l'œuvre d'art avec la théorie du fait social total de Marcel Mauss³²⁷ : dans un premier temps au moins, la légitimation d'un champ – surtout aussi explicitement culturel qu'un champ artistique – engage toute la société. Inversement, un champ autonome se manifeste par une séparation entre critères de légitimation au sein du champ et au sein de l'espace public. Reste à voir si le champ cinématographique est autonome ou non.

On ne peut pas évaluer a priori le degré d'autonomisation d'un champ ; celui-ci s'évalue en fonction du caractère prescriptif de ses énoncés, de ses capacités performatives, de leur pouvoir au sein de l'espace public. Nous voyons que, pour ce qui est du champ cinématographique, cela n'a rien d'évident. De curiosité scientifique à une conception à la fois artistique et industrielle, le cinéma a également eu une définition proche de l'artisanat (aussi bien au niveau du fait filmique que cinématographique).

Il y a trois niveaux d'interprétations de tout ce que l'on vient de dire :

- - d'une part, comment le cinéma rejoint les questions modernes et les expriment. Autrement dit, comment il offre une articulation réel / symbolique / imaginaire qui rende compte des problématiques symboliques de l'espace public et de son imaginaire ;
- - d'autre part, comment le champ a su intégrer ces notions pour légitimer sa place au sein de l'espace public ;
- - enfin, comment, de sa semi-autonomie, l'espace public cinématographique a tendu à s'enfermer dans sa propre logique historique, à spéculer sur sa propre performativité, en excluant toute la relation symbolique à l'espace public.

Il y a une hétérogénéité au sein même de la pratique cinématographique, où il peut apparaître que certaines réalisations répondent à des théories antérieures et réciproque. C'est précisément cette hétérogénéité qui constitue la modernité et la légitimité du cinéma. Elle procède ainsi de la légitimation du cinéma comme art et profite à l'espace public cinématographique tout entier. Cependant, l'opacité de l'espace public cinématographique, la définition non clarifiée de la pratique cinématographique conduisent à une pratique de lecture et l'idéologie du spectateur comme « compétent », au risque que ces compétences soient

³²⁷ Château D., *L'œuvre d'art comme fait social total*, op.cit.

ancrées sur des valeurs *pharmakon* : si Montebello est optimiste actuellement en déclarant que,

*« en multipliant les dispositifs techniques de transmission des œuvres – des petites comme des grandes – le redéploiement du marché des films a rendu extrêmement visible une hiérarchie implicite des produits (grands films, films, téléfilms, films de genres, séries, mini-séries) qui est aussi une hiérarchie implicite des expériences : la sortie, la fête et l'événement artistique pour le cinéma, le quotidien, la famille et la banalité pour la télévision »*³²⁸

de notre côté, nous souhaiterions bien plus circonstancier cette conclusion. D'une part, parce que promouvoir un spectateur ultra-compétent, un spectateur expert, implique que l'on considère une très haute réflexivité dans les usages spectatoriels ; or, dans les discours promotionnels, nous voyons parallèlement une conception du spectateur comme individu (et non pas comme sujet). D'autre part, cela signifie une économie du cinéma totalement orientée sur une logique médiatique et d'économie du spectacle (et plus du tout une organisation sectorielle telle qu'on la connaît). Ce n'est pas critiquable en soi, cependant, il reste à déterminer si les pouvoirs publics comme les acteurs du champ ont une marge de manœuvre et une visibilité de la situation qui permettent d'engager une telle révolution sectorielle. Or, ici encore, nous voyons des effets d'inertie, où il subsiste des conceptions dix-neuviémistes.

Nous allons, dans les prochaines pages, insister sur la rationalité des exploitants, pointer les écueils et solutions stratégiques qu'ils ont développé en relation avec l'histoire de la pratique cinématographique. Cela nous permettra de rendre compte d'un des aspects les plus saillants des problématiques-métiers de l'exploitation : articuler la pratique cinématographique aux usages des spectateurs, articuler à l'espace public les logiques institutionnelles propres à l'espace public cinématographique. C'est suite à ce positionnement que nous pourrons envisager d'autres perspectives stratégiques pour les exploitants : il s'agira alors non seulement de revaloriser leur fonction au sein de l'espace public cinématographique et défendre une pratique cinématographique qui prend en compte les nouveaux usages – vis-à-vis desquels les exploitants peuvent proposer des éléments très importants.

³²⁸ Montebello F., *le cinéma en France...*, op.cit., p.185-186

B. Construction du champ de l'exploitation : émergence d'une fonction et de stratégies relatives à l'espace public cinématographique

L'exploitant est un acteur de l'espace public cinématographique ; il est d'ailleurs son représentant direct auprès du spectateur. Cela implique qu'il se positionne vis-à-vis de cet espace public cinématographique, qu'il en manifeste la logique auprès du spectateur ; cela implique également qu'il s'inscrive dans l'espace public, qu'il l'interprète et qu'il articule son discours en fonction de cet espace public. C'est là la grande complexité de sa tâche que d'arriver à articuler ces deux espaces publics et à se positionner vis-à-vis d'elles.

Évidemment, cette problématique complexe est apparue progressivement, au fil de l'institutionnalisation du cinéma. Ainsi, les pratiques des exploitants se sont transformées, au fil du développement de la pratique cinématographique. C'est l'ensemble de ces pratiques que nous allons ici parcourir, parce qu'elles expriment chacune un des aspects de la fonction d'exploitant. Il s'agit, également, de manifester l'occultation progressive de quelques-unes de ces pratiques, parce qu'elles n'étaient plus valorisées par la pratique cinématographique, et la manière dont les exploitants ont vu leur fonction perdre de l'importance et leur rationalité se réduire jusqu'à devenir, aujourd'hui, intenable.

C'est que, malgré eux, les exploitants ont participé à l'évolution problématique de la pratique cinématographique et sont aussi relativement responsables de leurs difficultés actuelles. Derrière les concurrences, les stratégies de « survie » du champ de l'exploitation, il y a eu aussi une tendance à négliger la question du public, au profit d'une rationalité qui privilégie avant tout les relations internes à la filière cinématographique.

Cette « dynamique » s'est notamment développée dans l'évolution des rapports entre les professionnels (en tant qu'exploitants plus ou moins isolés), les syndicats (c'est-à-dire leur fonction telle que représentée au sein de l'espace politique) et les pouvoirs publics³²⁹. Les rapports de force entre ces trois pôles constituent ce que Bourdieu nomme *l'illusio*, et sont les conditions d'émergence, de visibilité et des expressions du *conatus*³³⁰. *L'illusio* est la pratique telle que définie par et pour les acteurs d'un champ. Ce discours est déterminant dans la

³²⁹ Demil B. et Leca B., « Architecture de marché et régulation dans l'exploitation cinématographique française », in. *Revue française de gestion* 2003/1, n°142

³³⁰ Lordon F., « Revenir à Spinoza dans la conjoncture intellectuelle présente », et « Conatus et institutions : pour un structuralisme énergétique », in. *L'Année de la régulation 2003 – Économie, Institutions, Pouvoirs*, Presses de Sciences Po, Paris

manière dont l'exploitant pense envisager sa tâche, puisque le *conatus* est déterminant dans la perception des phénomènes.

L'exploitant s'inscrit dans un contexte de rapports de force en relation dialectique avec *l'illusio*. Il doit se positionner vis-à-vis de cet *illusio* et lui donner de la visibilité auprès du public ; c'est alors qu'il délègue un pouvoir symbolique au spectateur. Les pratiques de l'exploitant sont déterminées par cet *illusio*, tout autant qu'elles le déterminent par le jeu de répétition et / ou d'interprétation. C'est bien parce qu'il articule le public au champ – c'est-à-dire une communauté homogène et relativement autonome du reste de la société – que l'exploitant fait de la médiation.

Les pratiques évoluent alors avec l'évolution des acteurs d'un champ et leurs interprétations de *l'illusio*. Cependant, si l'on suit, à l'image de Demil et Leca, les propositions de Fligstein, un marché ne tient que s'il a une part de stabilité, c'est-à-dire une forte réduction d'incertitudes quant au comportement de la concurrence³³¹ ; cela est d'autant plus important dans le cadre du marché de biens et services culturels. Ce qui signifie qu'il y a parfois des stabilisations, des phénomènes de régulation ; et ces régulations sont des stabilisations du marché, généralement voulues et organisées selon les logiques des dominants d'alors. Se tissent des rapports des forces au sein de l'architecture du marché, exprimant *l'illusio* à travers lequel les exploitants ont des perspectives stratégiques. Tout le problème que nous avons déjà pointé, à propos de la pratique cinématographique, que nous retrouvons ici dans les logiques propres au champ de l'exploitation, est que la stabilisation est le produit d'un accord entre les trois grands pôles, permis par une stabilisation du marché et tend à laisser croire que le public (et sa demande) est bien circonscrit. Or, il n'en est rien : si le contexte permet à ces pôles de s'accorder, leur accord ne rend pas compte du contexte et tend même précisément à différer le problème. Or, cette logique a une incidence sur la pratique cinématographique, sur les conditions de spectacle cinématographique, puisqu'elle s'accompagne d'un discours.

Parce qu'il s'agit de précisions, par rapport au chapitre précédent, nous allons reprendre la même périodisation. Ces cinq grandes périodes expriment autant d'effets d'institutionnalisation, et leurs problématiques respectives avec autant *d'illusio*, de possibles réductions d'incertitudes des rapports concurrentiels :

- La période des entrepreneurs et du cinéma muet (1895-1929) ;

³³¹ op.cit.

- L'émergence du cinéma parlant (1930-1959) ;
- La maturité du marché et la reconnaissance du mouvement art et essai (1959-1980) ;
- La crise des années 1980 et l'émergence d'un nouveau paradigme (1981-1993) ;
- Le cinéma inscrit dans une logique des industries de contenus (1993-2010).

Au sein de ces différentes périodes, nous le verrons, se construisent et se transforment l'architecture du marché, avec l'apparition de nouveaux acteurs qui redéfinissent la pratique cinématographique ainsi que *l'illusio* et les perspectives stratégiques. La modification des régulations s'opèrent, nous le verrons, différemment, selon qu'il s'agit absorber des chocs exogènes ou endogènes ; à chaque période, les catégories de perception et d'appréciation légitime changent. À chaque période, c'est aussi une manière de mettre en scène le spectacle cinématographique qui apparaît (et une autre qui disparaît).

i. La période des entrepreneurs et le cinéma muet (1895-1929) :

Il s'agit ici des problématiques relatives à l'émergence du champ rendu disponible par les techniques cinématographiques, autrement dit la structuration d'un champ au sein de la culture et la structuration de la culture intégrant cette nouvelle infrastructure.

La problématique métier de l'exploitant est double. D'une part, il s'agit de créer une nouvelle « demande », un intérêt pour un produit qui n'existait jusqu'alors pas. Il s'agit non seulement de cerner la portée commerciale du cinématographe, mais, en outre, d'apporter un discours le valorisant, un discours qui crée un intérêt, une demande. L'autre aspect problématique est que cette période est marquée par des bouleversements techniques, créant une forte incertitude liée à la concurrence ; elle l'est d'autant plus que le marché n'est pas encore institué et rationalisé. Le cinéma est alors avant tout un spectacle de foire, distrayant un public populaire par ses dispositifs ; dispositif dont la portée technique (et commerciale) n'a pas une pérennité assurée pour l'exploitant, qui peut se voir concurrencé par un autre possédant un dispositif plus performant ou des films plus récents.

Dans un tel contexte, ce sont des entrepreneurs isolés qui vont essayer d'exploiter cette infrastructure afin de faire fortune. Les stratégies qui aboutissent sont celles qui impliquent une certaine rationalité, une approche relativement industrielle de l'exploitation.

En effet, dès 1897, le système itinérant diffusant le cinéma dans les théâtres, les café-concerts et dans les music halls est en recul. L'arrivée de nouveaux investisseurs amène une nouvelle logique d'offre et d'exploitation du dispositif cinématographique. L'exemple paradigmatique est d'ailleurs Pathé qui, en dix ans, est devenue la première entreprise mondiale du cinématographe (créée en 1908 et apogée en 1908) : il donne une véritable dimension industrielle au cinématographe, en intégrant toutes les activités de la filière, de ses grands studios à Vincennes à son réseau d'exploitation, réduisant ainsi les coûts marginaux et agrégeant d'autant plus de bénéfices³³². Pour asseoir sa puissance, Pathé va profiter de la seule action corporative notable, le premier congrès international qui se tient en 1908 à Paris, pour proposer le système de location de copies à la place de la vente : cela permet un meilleur contrôle des films exploités et de maîtriser plus directement l'aspect éditorial de la production.

Cette proposition est légitimée par tout un discours émergent portant sur le cinématographe, ainsi que par la sédentarisation des exploitations. Il s'agit, en effet, du dernier coup de poignard à l'encontre des exploitants forains, tandis que les salles permanentes se multiplient (d'une centaine de salles à Paris et autant en Province en 1907, on passe à plus de 1800 salles en 1918). Le cinéma cesse d'être une simple attraction et devient un lieu de spectacle à part entière. Conjointement apparaît un tout nouveau discours portant sur le cinématographe avec l'apparition, la même année, de l'association du *film d'Art* : il s'agit de donner une légitimité au spectacle cinématographique en intégrant dans son processus de production des acteurs de la Comédie Française, de faire des adaptations de classiques de la littérature... Autrement dit, il s'agit de donner une légitimité au cinéma en y intégrant des valeurs issues des arts ancrés et reconnus.

Le cinématographe n'est pas encore réellement légitime et la pratique cinématographique n'est pas encore clairement définie. Et si, par leur esthétique – une sorte de théâtre filmé –, ces films sont désormais oubliés, ils ont eu une importance historique considérable : ils ont contribué à légitimer non seulement le contenu du spectacle, mais ont également fait venir un public plus bourgeois, tendant ainsi à modifier les conditions mêmes du spectacle. Ce point est valorisé à l'époque, notamment à travers les « réclames » qui insistent sur le statut culturel des films en les rapprochant du théâtre et de la littérature.

³³² Le Forstier L., « Aux sources de l'industrie du cinéma : le cas Pathé, 13 mars 2007, disponible sur : http://www.canal-u.tv/producteurs/universite_rennes_2_crea_cim/dossier_programmes/les_grandes_lecons_cinematographiques/aux_sources_de_l_industrie_du_cinema_le_cas_pathé, consulté le 08/11/2010

Si le cinéma n'est pas encore institutionnalisé, ce sont les salles qui confèrent de la valeur au spectacle. Les salles les plus « chics » notamment veillent à offrir un cadre agréable de projection et veillent, dans leur programmation, à assurer une qualité, notamment par des films de longue durée et aux thématiques traditionnelles. Parallèlement, des salles plus rudimentaires proposent des entrées à moindres coûts.

Quel que soit le type de salle, le programme est riche - il couvre aussi bien un film longue durée que les actualités. Il est surtout mis en scène par l'exploitation : soit il est accompagné d'un discours ou d'une conférence (principalement dans les salles modestes animées et gérées par des associations laïques ou religieuses), soit il est présenté dans un cadre spectaculaire (généralement dans les salles les plus « chics » : grands orchestres symphoniques, cartes postales publicitaires, ouvreuses en uniforme...).

La réussite commerciale dépend de la manière dont l'exploitant arrive à rendre le cinéma exceptionnel. Il s'agit, d'un côté, de faire comprendre les logiques cinématographiques à son public, sans le désorienter ; de l'autre, trouver des problématiques spécifiques à son public et les articuler à sa programmation. Cela pouvait très bien se manifester par une manipulation de la bobine afin de modifier le sens du film, par une apposition d'un discours de boniment qui articule les logiques du public au discours du film. Mais cela pouvait aussi se manifester dans une programmation qui exploite un événement propre à l'espace public. Ainsi, par exemple, le *Merveille Théâtre*, à Marseille, qui réussit un « grand coup » commercial, en projetant *Un rêve de Noël* de George Méliès à la période de Noël et qui a « institutionnalisé » cette pratique chaque année³³³.

Il est nécessaire de préciser que si, au niveau théorique, l'on a séparé le cinéma du théâtre, dans les exploitations, le cinéma s'est accaparé le théâtre. Beaucoup de salles de cinéma sont des théâtres réaménagés. De même, les salles les plus prestigieuses des métropoles mettaient un point d'honneur à inscrire dans leur programme des numéros de variétés, notamment d'artistes prestigieux. De même, les salles les plus reconnues pouvaient contenir jusqu'à 1800 places.

Par ailleurs, il y a un grand nombre de petites exploitations qui, progressivement, se spécialisent dans une programmation spécifique : cinéma italien, cinéma américain, cinéma d'art... Il s'agit moins d'une stratégie de captation de public, de la part d'exploitants

³³³ « Le cinéma à Marseille », *La revue culturelle de Marseille*, n°228, mars 2010

expérimentés, que l'expression d'un éparpillement de l'exploitation notamment due à l'apparition de petits indépendants inexpérimentés :

« La gestion d'une salle de cinéma tend à perdre son inaccessible, attirant des individus dont les origines professionnelles – pêle-mêle ébénistes, restaurateurs, marchands de jouets ou de livres, doreurs ou hôteliers – témoignent d'une porosité des professions (...). Le groupe des exploitants adopte dès lors un visage multiforme qui épouse la structure sociale de la population urbaine. Aux entrepreneurs et sociétés des premiers temps viennent s'ajouter des individus aux origines professionnelles diverses qui installent des salles de cinéma modestes dans les quartiers excentrés »³³⁴

La grande difficulté, rappelons-le, était le risque que la technique soit trop renouvelée et qu'elle implique un fort investissement. Cependant, les évolutions techniques se sont stabilisées assez vite. Ce qui explique l'émergence de ces investisseurs. Le cinéma, mise à part dans les grands établissements luxueux, n'est qu'un mode de revenu parallèle :

« certains exploitants dirigent des établissements assimilables aux salles des fêtes villageoises, qui accueillent toutes sortes de spectacles, et dans lesquels les projections cinématographiques ne constituent qu'une activité secondaire. Dans le même ordre d'idées, des cafetiers, des hôteliers ou des restaurateurs, après avoir installé le cinéma dans une annexe d leur établissement, n'en continuent pas moins leur activité initiale »³³⁵.

Il n'y a donc globalement aucun réel professionnalisme, et cela contribue à une image opaque – voire socialement inquiétante - du cinéma. Il convient de pointer là la source d'un désintérêt de l'État, qui charge assez lourdement les taxes de ces établissements et laisse l'émergence des salles à la discrétion des municipalités. Cela conduit à une précarité du secteur et à un renouvellement constant de la plupart des salles (la moitié des salles qui se créent entre 1914 et 1929 ferment leurs portes en moins d'un an).

Le marché tendant à se construire intéresse de nouveaux acteurs. Un mouvement dédié au cinéma comme art s'établit et problématise la logique industrielle des premiers grands entrepreneurs. Et si cette nouvelle conception a réussi à prendre de l'importance, c'est parce que la Guerre – ainsi que les manœuvres protectionnistes américaines déployées par Edison - a mis à mal l'économie française du cinéma, dont les stratégies ont été reprises avec un considérable succès par Hollywood. C'est, par ailleurs, ce cinéma qui devient de plus en plus

³³⁴ Chaplain R., « Les exploitants des salles de cinéma lyonnaises. Des origines à la seconde guerre mondiale », *Vingtième siècle Revue d'Histoire*, n°79, juillet-septembre 2003, p.24

³³⁵ *ibid.*, p.27

vus en salles, au point qu'en 1930, un article de *La revue des deux mondes* dénonce une véritable colonisation du cinéma américain.

L'on voit apparaître au cours des années 1920 une importance grandissante de la défense du cinéma comme art. Principalement proclamée par les critiques qui, par ailleurs, vont créer des salles consacrées à cela. Louis Delluc crée le premier ciné-club à Paris en 1921. L'on voit dès lors qu'il y a deux marchés, deux publics, deux types d'attente et d'exploitation du cinéma : le cinéma de loisir et le cinéma d'art pour un public intellectuel. C'est précisément ce que l'on retrouve dans le discours des théoriciens et critiques de cinéma d'alors ; cependant, au niveau de l'exploitation, cette séparation n'est pas évidente, et apparaît comme le produit d'un conflit au sein de la filière.

La difficulté que rencontrent les grands groupes de production les incitent à être plus sourcilieux de l'usage fait de leurs films, ainsi qu'à maintenir une grande demande. C'est pourquoi Pathé a exigé et a obtenu la logique du prêt de copie (versus la vente) : cela permet de contrôler l'image de marque en empêchant toute manipulation sur la bande, mais en outre, d'inciter à une plus grande rotation de films et à une fidélisation. Les exploitants se voient alors contraints de négocier les copies avec l'apparition d'un nouvel acteur : le distributeur. C'est alors moins l'exploitant que le distributeur qui obtient un rôle éditorial.

C'est une véritable révolution au sein du métier d'exploitant parce que, à la réussite commerciale, s'adjoint la problématique de la visibilité au sein de la filière. Les salles les plus modestes, qui connaissent de faibles recettes, se voient perdre la possibilité d'accès aux copies de films qui leur apparaissent pertinents. Autrement dit, la concurrence ne se situe plus au niveau du confort des salles et des offres connexes, mais plus précisément sur l'accessibilité aux films.

Cela a également une grande incidence sur la manière dont ces salles peuvent « accompagner » - valoriser – le film :

« Les salles du centre ville monopolisent donc les films à succès et la publicité qui les accompagne tandis que les petits exploitants, instables et sans moyens, ne peuvent que se plier aux lois de la distribution. Celles-là ne leur laissent que peu d'initiative dans le choix des films : ils n'ont le plus souvent pas la possibilité de visionner les œuvres qu'on leur propose et doivent se contenter des résumés qu'on leur fournit pour construire leur programmation. (...) Il faut attendre 1927 pour qu'un journal corporatif local s'impose et apporte aux directeurs de salles, par des critiques qui se veulent objectives, une certaine dose d'autonomie(...) Les directeurs des grandes salles du centre ville disposent a contrario d'une liberté

étendue. Indépendants, ils sont souvent distributeurs ou implantés depuis suffisamment longtemps pour avoir développé des liens privilégiés avec les maisons de distribution »³³⁶.

La concurrence entre les grands exploitants, qui se situent bien souvent côte à côte, se précise dans la programmation de films à succès et, surtout, dans les exclusivités.

Il y a donc une exploitation à deux vitesses. D'un côté, des petites exploitations qui perdent trop vite des films à succès pour pouvoir être visibles et qui perdent peu à peu les moyens de proposer des services connexes (orchestre, confort, etc.) ; de l'autre, des grands établissements qui assurent un service de qualité ainsi qu'une programmation au fait de l'actualité, voir exclusive.

Cependant, il y a un point intéressant dans la tactique des petites exploitations : pour pérenniser, elles se positionnent comme « commerces de proximité ». Elles s'adaptent au public de leurs quartiers, notamment en limitant leurs frais d'exploitation en organisant un nombre restreint de séances, en corrélant des horaires de travail de la population du quartier, ainsi qu'une tarification plus proche des moyens de cette population. Le positionnement de ces établissements est clairement relatif à l'espace urbain dans lequel il se situe et participe de l'animation culturelle du quartier ; si ces salles « survivent », c'est parce qu'elles sont reconnues comme facteurs de sociabilité par les habitants.

Renaud Chaplain, à juste titre, ne fait pas de conclusion trop hâtive sur la « demande » de ce public : si le champ de l'exploitation, dans les années 1920, était scindé en deux logiques, deux types d'offre et que chaque logique semble avoir son public spécifique, il ne faut pas pour autant considérer que le public « populaire » n'avait aucun goût pour le cinéma d'art. Simplement, ce public n'avait que les moyens d'aller dans des établissements qui, eux-mêmes, n'avaient pas les moyens d'obtenir les dernières exclusivités ou les films d'art. De là à conclure que deux grands types de spectateur voyait jour – un, esthète et l'autre, populaire et peu sélectif -, il y a un grand pas ; grand pas que les acteurs du champ, eux-mêmes, ne faisaient pas encore – pour mémoire, l'on approche de la période du « cinéma des artisans », cinéma qui vise aussi bien des critères esthétiques que des critères de reconnaissance publique.

Le *statu quo* reste instable, organisé non pas en fonction de la « demande du public », mais selon une stratégie de filière. La crise économique des années 1930 vont d'ailleurs très vite montrer toute la faiblesse de cette organisation économique : la fréquentation chute de

³³⁶ *ibid.*, p.31

manière tendancielle. Beaucoup de salles ferment très vite leurs portes, y compris des salles prestigieuses !

ii. L'émergence du cinéma parlant (1930-1959) ;

L'État commence à s'intéresser progressivement à ce champ, qui commence à avoir non seulement un poids économique relativement notable, mais qui, suite au mouvement des défenseurs du cinéma comme art, devient objet de préoccupation culturelle. La logique concurrentielle n'est plus uniquement fixée sur le prix, mais également sur l'offre. C'est alors qu'il y a une double logique d'offre et de conception du cinéma : l'une populaire, l'autre artistique.

L'arrivée de ces acteurs implique une régulation du secteur, une planification globale : c'est alors que l'on voit apparaître les mouvements syndicaux. Il n'y a pas, pour autant, encore de réel consensus au sein du secteur.

En effet, le tournant des années 1930 s'illustre plus particulièrement par l'échec d'une autorégulation du secteur par les prix. En effet, la crise de 1929 conduit très rapidement à une chute de fréquentation en salles (-10% en 1930), et amène les grands groupes à opter pour des stratégies extrêmement agressives : Pathé-Natan, en 1933, propose une offre « deux films pour le prix d'un », offre qui sera reprise par la suite par tous ses concurrents ; Gaumont baisse de 40% le prix des places au Gaumont Palace... Cela n'endigüe pas la baisse tendancielle, qui conduit à de nombreuses faillites : 62 en 1932, 86 en 1933, 95 en 1934. C'est dire si le marché n'est pas dans la logique classique de la concurrence par les prix. Et l'apparition du parlant n'a fait que ralentir provisoirement la chute avant de se montrer comme un investissement bien trop lourd pour bon nombre d'exploitations.

La rationalité de ce marché reste à définir et les acteurs du champ n'arrivent pas à en déterminer par eux-mêmes la logique. Cependant, le profil des professionnels se précise. Avec le parlant, le coût d'investissement devient très grand et la prise de risque – au vu du contexte socioéconomique – est trop élevée : l'argent et l'expérience sont des atouts dès lors nécessaires pour construire et/ou gérer une exploitation cinématographique.

Contrairement à toutes attentes, ce sont les grandes exploitations indépendantes de centre ville qui sont les premières affectées par cette transition parce que les grandes filières

de production, comme Pathé, tendent à construire leurs propres exploitations dans les centre ville. Grandes filières qui, par ailleurs, fusionnent notamment en Gaumont-Film-Aubert, en 1927, ce qui radicalise la politique de programmation concertée. Autrement dit, une logique de filière se développe et des distributeurs tendent aussi à construire et à gérer des exploitations cinématographiques. Au tournant des années 1940, la situation se résume de la manière suivante :

« En 1939, plus de 60% des salles sont dirigées par des sociétés ou des particuliers ayant déjà une expérience dans le monde du cinéma et plusieurs exploitants expérimentés se tournent vers le réseau très convoité des salles des quartiers excentrés »³³⁷.

Autrement dit, ce sont les productions et les distributions qui ont accaparé le marché de l'exploitation et ont d'abord veillé à renforcer leur position au sein de l'espace public cinématographique, notamment par une visibilité sur l'image de marque. Celle-ci s'est d'abord déployée dans les salles de centre-ville parce qu'il s'agit là du lieu de visibilité dans l'espace public. Ce n'est que celle-ci une fois bien assurée que les investisseurs visent une extension du marché, une captation plus large du public.

Si cela est le signe d'une grande intelligence stratégique, cela s'avère problématique si l'on conçoit qu'une économie du cinéma est pertinente que si elle s'articule en relation à la demande. Or, manifestement, ces groupes accaparent l'espace public cinématographique et veillent à définir la pratique cinématographique de manière unilatérale, en correspondance avec leurs principes. Autre manière de dire qu'ils réduisent l'offre, afin de circonscrire la demande à leur offre. Et si cette stratégie aura de bons résultats, cela ne signifie absolument pas qu'elle prend en compte la demande ; de fait, ces groupes connaîtrons un peu plus tard de véritables échecs.

Parallèlement, des sociétés anonymes investissent les quartiers plus excentrés et font construire des établissements imposants avec la technologie du parlant. Le modèle économique de ces salles est assez simple : il s'agit de se positionner – spatialement, comme économiquement - comme troisième terme entre les palaces de centre ville et les salles rudimentaires des communautés excentrés. Leur succès est immédiat et leur permet d'entretenir des rapports moins asymétriques avec les distributeurs. Il y a un point important à souligner : ces salles offrent un nouvel imaginaire cinématographique, une autre manière de concevoir le spectacle cinématographique. En effet, l'on quitte les canons du théâtre : il n'y a plus d'intervention d'artistes de cabaret dans ces « simili-palaces » et l'architecture elle-même

³³⁷ bidi., p.33

des établissements et des salles s'éloignent de celles du théâtre au profit d'une expression de la modernité. Or, cela participe aussi du discours de l'exploitant, de sa mise en scène du spectacle cinématographique. Leur positionnement devient alors extrêmement intéressant du point de vue historique : ce sont eux les moteurs du processus de normalisation de la pratique cinématographique ; ce sont eux qui expriment les caractéristiques fondamentales de ce qui deviendra le spectacle cinématographique. C'est par ailleurs dans ces salles que l'on commence à instituer, auprès du public populaire, le silence pendant la projection.

Les plus petites exploitations perdent alors leur public et se retrouvent dans une situation extrêmement précaire où elles doivent à la fois baisser leurs tarifs tout en mobilisant une forte somme d'argent pour investir dans le matériel du parlant. Leur stratégie est alors simple : il s'agit de repousser, tant que possible, l'obligation d'investir dans la technologie du parlant et se spécialiser dans le cinéma muet pendant les années de transition. Une sorte de stratégie par défaut... Cependant, puisqu'il y a de nombreuses salles qui se positionnent sur le muet, il s'agit de spécifier toujours plus l'offre : ainsi voit-on émerger des salles spécialisées dans certains cinémas nationaux. L'avantage est double : d'une part, cela touche une partie du public qui n'est pas nécessairement reconnue par les grandes stratégies nationales des salles de centre ville ; d'autre part, cela permet d'engager des relations de partenariat avec des sociétés de distribution qui ne sont pas reconnues, elles non plus, par les exploitations de centre ville. Autrement dit, des usages parallèles se développent dans les grandes métropoles et certaines exploitations entretiennent un rapport de fidélité avec leur public.

Rappelons-le, cette période est une période de transition de la pratique cinématographique et peu de théories importantes, peu de discours sur le cinéma sont particulièrement manifestes à cette époque. C'est qu'il y a un réel bouillonnement, bouillonnement que l'on trouve particulièrement dans le champ de l'exploitation. Si peu de revues spécialisées définissent la pratique cinématographique, il y a, au contraire, un grand développement de cinéclubs, mais aussi de salles animées par le parti communiste et des salles paroissiales. C'est au sein de l'espace public que s'esquissent une pratique cinématographique, même si ces définitions sont occultées par la présence spectaculaire des grandes filières de centre ville. À l'hétérogénéité de l'espace public, l'on trouve une hétérogénéité similaire des exploitations.

La technologie sonore a aussi une autre grande incidence sur la programmation : le son renforce le caractère indiciel de l'image et donne enfin une légitimité aux actualités filmées (qui, rappelons-le, étaient reconstituées » dans le cinéma des premiers temps) et aux documentaires. Reginald Ford développe d'ailleurs un concept en 1931 qui va s'étendre dans

toute la France : les *cinéac* – salles de projection permanente d’actualités, avec libre accès³³⁸. Cependant les succursales vont très vite – comme son concurrent, *Cinébrief*, à Marseille – devoir articuler une deuxième partie avec son grand film.

Au tournant des années 1940, la situation se stabilise. Les exploitations se distinguent avant tout par leur programmation : exclusivités, films en V.O., cinématographies spécifiques. Le deuxième critère est le prix – saisi relativement à la programmation, mais aussi au confort des salles. Il y a une grande élasticité de la demande : le public populaire, notamment, est parfois prêt à payer un peu plus cher pour voir un film dans les nouvelles salles modernes (un des grands critères de confort étant d’ailleurs aussi la climatisation). C’est dire si la mise en scène du spectacle cinématographique est un point important !

De même, contrairement à ce que l’on pourrait croire, il y a une relative élasticité de la demande en termes de films. Si les exploitations se sont toutes orientées dans une logique de niches, cela ne signifie pas que le public ne réduise ses usages à l’aune de cette circonscription. Au contraire, voyons nous à Marseille un exemple intéressant : l’ouverture, en décembre 1936 du premier complexe de France, le *3 salles Marseille Matin*, dont chaque salle couvre une programmation spécifique (une qui articule actualité et grand film, une qui se consacre aux exclusivités et une qui programme des films artistiques)³³⁹.

À la fin de la deuxième guerre mondiale, le champ de l’exploitation semble s’être professionnalisé et avoir une rationalité spécifique. Il s’agit de se positionner selon les possibilités de négociation avec les distributeurs et offrir un « service » plus ou moins complexe : le service minimum est la diffusion de films – chaque établissement ayant, à ce titre, une spécificité : exclusivité, cinématographies nationales, cinéma d’art, etc. -, mais la mise en scène du spectacle cinématographique, la qualité de l’architecture et du dispositif de projection sont également des points importants.

Cependant la guerre a fait de nombreux dégâts, qu’ils soient matériels, humains comme économiques. Dans l’ensemble, le parc des salles est à reconstruire et le champ doit se réimplanter.

C’est dans cette reconstruction du champ – parallèlement à la reconstruction de toute l’économie de la filière – qu’intervient l’État. La pratique de l’exploitation émerge alors

³³⁸ « Le cinéma à Marseille », *La revue culturelle de Marseille*, n°228, mars 2010

³³⁹ *ibid*

progressivement dans un double mouvement : par la positive, avec l'apparition des pouvoirs publics qui tentent de défendre ce marché ; par la négative, en opposition à l'industrie américaine, qui devient « l'autre » problématique du champ, ainsi que dans une relation suspicieuse vis-à-vis des pouvoirs publics.

Les pouvoirs publics prennent en effet une place capitale dans la régulation du champ de l'exploitation. Une première tentative de supervision, en 1931, à travers la constitution du Conseil supérieur du Cinématographe s'est révélé être un échec. Cependant, les pouvoirs publics craignent que la dimension artistique et culturelle du cinéma français soit trop fragilisée par l'aspect industriel qui n'arrive pas à concurrencer le système américain. De nombreux rapports - Clerc en 1933, Petsche en 1935 et de Carmoy en 1936 - illustrent cette préoccupation ; le ministre de l'Instruction Publique, Jean Zay, dans un discours en février 1937 appelle les professionnels à une préoccupation accrue pour la *qualité*.

L'intervention de l'État – sous prétexte de développement artistique et culturel – va consister à un contrôle budgétaire et à une recherche d'efficacité industrielle. Un accord, à partir de ce double principe, est trouvé en 1939, où un contrôle des recettes et une augmentation de 20% des prix des places sont effectués en échange d'un abattement fiscal de 25%.

De même, de nombreux syndicats professionnels apparaissent à cette époque :

- - la Fédération Française des Directeurs de Cinéma ;
- - l'Union des Artistes ;
- - l'Association Professionnelle de la Presse Cinématographique ;
- - la Fédération Nationale du Cinéma Français (qui regroupe divers syndicats).

Une première convention collective des exploitants est rédigée en 1937. Cependant, l'exploitation est divisée en deux grandes logiques. D'une part, l'exploitation visant le public populaire et, d'autre part, les exploitations de cinéma artistique, qui s'inscrivent dans la continuité des salles des critiques. C'est notamment le cas de *l'Association de la Cinémathèque Française* d'Henri Langlois, fondée en 1936.

Si le marché ne s'unifie pas, la séparation des deux tendances d'exploitation du cinéma est consolidée par les pouvoirs publics qui trouvent une légitimité industrielle d'un côté et culturelle de l'autre.

Cette structuration sous tutelle de l'État est renforcée sous l'occupation. Tout acteur du champ doit alors posséder une carte professionnelle qui est allouée par le Comité d'organisation de l'Industrie Cinématographique fraîchement constitué (1940). Ce comité délivre par ailleurs des billets aux exploitants et organise la concurrence en interdisant

notamment les pratiques inflationnistes de la double exploitation (« deux films pour le prix d'un »).

Après-Guerre, l'État va finir de consolider le champ – et essayer de ré-établir un rapport de confiance avec les acteurs du champ - en créant le Centre National du Cinématographe (CNC) en 1946, qui est l'opérateur de la cogestion du secteur. Il n'en demeure pas moins un acteur important et déterminant les logiques concurrentielles et de marché. Les pouvoirs publics imposent alors une nouvelle augmentation de 40% du prix du billet ainsi que la TSA à 7% - une taxe sur le prix du billet venant remplir la caisse du CNC afin d'être redistribuée à tout le secteur. Les pouvoirs publics participent également à la protection de l'industrie : notamment avec les accords Blum-Byrnes, mais également avec une attention accrue des recettes des salles, afin d'assurer la redistribution aux ayants-droit et au fisc.

Par la négative, les acteurs du champ s'accordent avec l'État contre le marché américain – encore que cela concerne très peu les exploitants – et, contre les mesures de l'État les acteurs vont se solidariser. En effet, les mesures des pouvoirs publics sont progressivement critiquées : la FNCF demande notamment, en 1955, une baisse du prix des places, ainsi qu'une baisse des taxes.

Cette demande fait suite à une considérable réaugmentation du pic de fréquentation (une moyenne de 375 millions d'entrées par an depuis 1947), laissant espérer une autogérance du marché³⁴⁰. Cependant, les stratégies de l'État consiste à consolider l'ensemble de la filière, tandis que ces demandes ne concernent que le champ de l'exploitation ; cette demande n'est alors pas entendue en ces termes. Au contraire, les pouvoirs publics visent plutôt d'assurer une forte production, notamment en mettant en pace le système d'avance sur recettes en 1956. C'est dire si les exploitants sont inscrits dans une situation problématique où ils doivent participer d'un système de mutualisation, sans pour autant réellement pouvoir en tirer un avantage.

Le champ de l'exploitation, malgré l'augmentation du nombre d'entrées, est soumis à de très fortes contraintes, notamment et principalement soumis aux exigences des distributeurs, et n'apparaît définitivement pas comme une priorité pour les pouvoirs publics. Ils sont alors peu concentrés ; les rares stratégies de regroupements par entente de

³⁴⁰ Demil B. et Leca B., « Architecture de marché et régulation dans l'exploitation cinématographique française », in. *Revue française de gestion* 2003/1, n°142

programmation – regroupements régionaux permettant des débouchés intéressants pour les films à succès – établies dès l’après-guerre, étaient jugées illégales par le CNC en 1959³⁴¹.

C’est l’Association Française des Cinémas Art&Essai (AFCAE), créée en 1955 - et dont les premiers présidents sont des critiques -, qui obtient une politique fiscale favorisant les petites exploitations, ainsi qu’une détaxe totale pour les cinémas estampillés « art & essai ».

Il y a donc un nouveau partage du marché qui va s’institutionnaliser par l’incidence de l’État et notamment par la logique de soutien pour les salles *art et essai*. Cependant cette logique de soutien ne comprend pas l’ensemble du champ de l’exploitation, mais un nombre d’abord très restreint de salles. De plus, entre 1945 et 1959, nombre d’exploitants ont développé d’autres stratégies, d’autres « services » qu’il est important de noter.

D’une part, l’après-guerre est une période de florilège en termes de diffusion de films – notamment américains – puisque ceux-ci étaient interdits de diffusion pendant l’Occupation. Il y a donc, à la fois, beaucoup de films que l’on peut diffuser et une grande « demande » du public. Pendant quelques années, il y a donc eu une sorte de cercle vertueux et ce, pour l’ensemble du champ, puisque cela concernait presque toute la cinématographie. C’est d’ailleurs à ce titre que l’acculturation au cinéma s’est accentuée et que le public manifestait un intérêt sans cesse grandissant pour le cinéma. Il est important de rappeler que les revues spécialisées commencent à reflourir, ainsi que les ouvrages consacrés au cinéma ; si les thématiques et les théories restent encore celles des années 1920, c’est que la « passerelle » vers une pratique liée au parlant est en construction.

D’autre part, les années 1950 sont caractérisées par des innovations techniques – du moins à Hollywood – et conduisent un certain nombre d’établissements à investir sur de nouveaux dispositifs de projection : le cinéma en relief au début des années 1950 (qui va néanmoins se solder par un échec), mais aussi le *Todd AO* puis l’écran extra-large et le format CinemaScope à la fin de la décennie. Si cette stratégie n’est pas commune à toutes les exploitations, mais plutôt propre aux cinémas de centre-ville, l’on voit cependant que le cinéma tend à s’affirmer par rapport aux canons du théâtre. L’architecture des établissements, mais également la nature même du « service » ne sont plus comparables au théâtre et au spectacle vivant. Autrement dit, le mouvement initié quelques décennies plus tôt par les « simili-palaces » tend à se généraliser et à donner une définition plus singulière du spectacle cinématographique. Seuls les plus petits établissements ne peuvent pas se positionner dans cette logique et restent, avant

³⁴¹ *ibid.*

tout, des lieux de diffusion de films, dans un cadre rudimentaire ; ce sont, par ailleurs, ces salles qui seront soutenues par les logiques de soutien « art et essai ».

iii. La maturité du marché et la reconnaissance du mouvement art et essai (1959-1980)

Le marché arrive à maturité. Bien qu'il y ait des fortes concentrations dans le secteur et une exploitation très diversifiée, nous voyons apparaître enfin un réseau de revendications unifiées. Cette unification, liée à la désaffection du public, mobilise les agents contre un tiers : la Télévision. Le cinéma n'apparaît plus comme un loisir de masse, et les exploitants visent alors une clientèle plus riche et moins sensible aux prix.

La maturité du marché fait suite à un changement important des rapports de force et de dialogue entre les pouvoirs publics et le champ de l'exploitation. En 1959, le CNC est rattaché au Ministère des Affaires Culturelles, et les professionnels sont directement intégrés à son fonctionnement. Le CNC, dont la logique consiste à articuler la dimension industrielle et artistique du cinéma, devient l'organisme central de tout le champ : il délivre le droit d'exercer au sein du champ, il exprime les politiques publiques du cinéma et définit les budgets d'allocations et de soutien à l'ensemble des acteurs. Les associations vont plus directement négocier avec le CNC qu'avec l'État. L'organisme cherche avant tout à sécuriser l'ensemble du champ : la TSA augmente alors à 11% en 1960.

Les seules exploitations bénéficiant d'un pouvoir de négociation et de soutien financier sont celles qui sont défendues par l'AFCAE. Celle-ci obtient notamment un statut spécifique des salles « art&essai » en 1961, ce qui conduit à un fort développement du nombre de ces salles (de 53 salles en 1962, soit 1% du parc total, à 800 salles en 1992, soit 20% du parc)³⁴². Soutenue par le CNC, l'AFCAE contribue à développer tout un marché de l'art & essai ; par ailleurs, Jean Lescure, alors président de l'association, libéralise les critères en 1966 afin de regrouper davantage de salles.

Cette puissance trouve sa légitimité dans deux constats : d'une part, cette association représente une exploitation qui reprend la logique de développement culturel défendu par les intellectuels des années 1920 et 1930 et qui a incité l'État à soutenir l'industrie

³⁴² Demil B. et Leca B., op.cit.

cinématographique ; d'autre part, ces salles sont de puissants agents de valorisation du champ face à l'importance grandissante de la télévision.

En effet, dès 1958, les recettes d'achats de postes de télévision excèdent déjà les recettes générées par le cinéma, ce qui conduit à une chute importante de la fréquentation tout au long des années 1960 (à la fin de cette décennie, il n'y a plus que 200 millions de spectateurs en salles, contre 375 millions en 1957).

Le métier d'exploitant est alors, à l'exception des salles art & essai, désolidarisé et le CNC contribue à son renforcement, notamment en acceptant les ententes régionales de programmation, sous réglementations : la déclaration doit être obligatoire et un maximum de trente salles peuvent être regroupées autour d'une salle mandataire. L'objectif du CNC est relativement limpide : il s'agit de conserver une visibilité sur les pratiques des exploitants, tout en leur permettant d'avoir une meilleure visibilité au niveau local, ce qui permet une meilleure couverture du territoire. Mais cela profite moins à l'ensemble du champ que cela ne suscite un bouleversement du marché.

En effet, à partir des années 1970, un tournant dans l'organisation du marché apparaît : émergent alors de grands réseaux d'exploitation – Parafrance, GIE, Pathé-Gaumont (qui, à lui seul, recouvre 20% de la fréquentation), ainsi qu'UGC, privatisé en 1971. Seuls ces réseaux ont le pouvoir de proposer des exclusivités permanentes.

Le marché devient un *oligopole*, où les plus petites exploitations sont progressivement écartées du rythme concurrentiel. La logique de l'oligopole est celle du partage du territoire avec le moins de concurrence directe possible ; il s'agit pour eux de consolider leur position, notamment en inscrivant leur stratégie à plusieurs niveaux de la filière³⁴³.

Ce mouvement est contemporain de l'émergence des complexes (dès 1967) - exploitations multisalles aux capacités réduites -. Cela permet aux réseaux une économie d'échelle ; cette stratégie est, par ailleurs, légitimée et aidée (par des aides aux rénovations) par l'État qui vise une diversité culturelle. Le complexe est alors l'expression paradigmatique de la manière dont le champ, et l'ensemble des acteurs, conçoivent ce qu'est le spectacle cinématographique : une offre diversifiée proposée dans des espaces modernes, mais dont la qualité importe peu. Les nouveaux établissements sont alors essentiellement des complexes, initiés par les réseaux et les indépendants, bientôt suivis de rénovations de la part des moyennes exploitations ; dès

³⁴³ *ibid.*

1981, il y a plus de salles de complexes que de monosalles en France. Les exploitants sont alors divers, proposant des offres localisées et segmentées.

Parallèlement, de nombreuses grandes salles de centre-ville, ainsi que de nombreuses petites salles de quartier, ferment. Il y a un élément comparable à ces deux types d'établissements : ce sont généralement des établissements monosalles. Autrement dit, au tournant des années 1970, l'exploitation cinématographique tend à être assimilée à un service de « diffusion ». Les exploitations doivent diffuser le plus grand nombre possible de films – et s'écarte temporairement la question de la programmation comme positionnement (c'est-à-dire le caractère éditorial), ainsi que celle de la qualité de projection. En effet, la notion de qualité étant exclusivement accordée aux films, peu importe, apparemment, la qualité de la salle. Cette logique trouve sa source dans le « cercle vertueux » de l'après-guerre et profite à l'exploitation parce qu'elle a encore le privilège l'exclusivité de la diffusion de films et de toute forme de fiction « audiovisuelle » ; cependant, cette pratique, qui tend à s'instituer, sera prise en charge par la télévision... De même, cette multiplication des offres de films procède de la logique de réseau de programmation, et permet à l'exploitant de faire l'économie de problèmes de sélection et de négociation avec les distributeurs. Il s'agit là, précisément, d'une rationalité qui s'est engagée dans une solidification du positionnement de 'exploitant dans l'espace public cinématographique, mais cela se fait au dépend de la spécificité du public, de son articulation avec l'espace public. Les exploitants ne sont, certes, pas idiots et veillaient malgré tout à garder ce lien avec le public, notamment en faisant des requêtes spécifiques au sein de leur réseau de programmation. Il n'en demeure pas moins que l'organisation générale du champ de l'exploitation se définit avant tout dans un positionnement dans la filière – et, ce faisant, ne se donne pas les moyens de comprendre pourquoi, à partir du milieu des années 1970, la baisse de fréquentation se généralise à tous les établissements.

Cela se manifeste notamment, par souci stratégique de légitimité professionnelle – qui se caractériserait par une revendication d'autonomie – et par crainte de l'importance grandissante de la télévision, à travers l'apparente unité du champ derrière la figure de Jean-Charles Edeline – président d'UGC et de la FNCF. Celui-ci plaide pour une augmentation d'au moins 20% du prix des places, arguant que la demande est insensible au prix et que cela peut aider les plus petites exploitations. Autrement dit, le métier est uni dans une conception du cinéma comme spectacle pour un public exigeant et non plus comme art de masse. Cela rejoint les principes de l'État qui est moins porté sur la démocratisation du cinéma que sur la protection de l'industrie par une économie de la *qualité*.

C'est dire si l'État tend à oublier la question de la diffusion au profit de la production, et c'est dire aussi la manière dont la rationalité des exploitants s'est engagée dans une logique propre au champ et non plus propre à la nature sociale de leur fonction. En effet, loin de revendiquer un rapport moins problématique avec l'ensemble de la filière, ils s'inscrivent dans la logique imposée par la production et par la distribution et reportent le coût sur le billet.

Il est à noter que le petit exploitant est moins un acteur majeur de cette économie de la qualité que le symbole – au sein du discours du champ – de cette économie ; en effet, ses possibilités sont extrêmement restreintes, d'autant plus s'il ne fait pas partie d'un réseau d'entente. Autrement dit, les bases de l'entente n'ont de valeur que vis-à-vis de l'État et sont extrêmement friables.

De plus, la figure du petit exploitant, qui est l'équivalent structurel de la figure actuelle de l'indépendant, illustre relativement bien à la fois l'opacité du champ vis-à-vis des acteurs extérieurs, mais peut-être aussi le filtre perceptuel fallacieux au sein même de ce champ. Claude Forest, à ce titre, est explicite :

« Les salles de cinéma Utopia et l'ISF adopt(ent) une position très voisine de leur concurrent UGC dont ils n'avaient cessé pourtant de dénoncer l'attitude prédatrice des années durant, notamment sur leur implantation parisienne (Cergy / Saint-Ouen, l'Aumône), tout comme sur les développements de multiplexes et de la carte d'accès illimitée. Long cheminement idéologique qui n'illustre que le passage d'un combat symbolique – gagné – à la reconnaissance économique ? »³⁴⁴

La carence de réflexion économique et stratégique est occultée et substituée par une mise en avant de la valeur symbolique. Loin de réfléchir les conditions de cette valeur symbolique, celle-ci est affirmée, performée par les acteurs du champ. Celle-ci entraîne dans son sillage une conception du cinéma comme art qui ne vise pas la masse, mais *l'exigence* ; un peu à l'égal de la conception de l'action culturelle telle que perçue par Malraux.

Par-delà l'inefficacité de cette perspective, qui devient prégnante, toute une économie politique du *conatus* se tisse et trouvera des prolongements, des réactualisations dans les décennies ultérieures :

« Les années passant, (les exploitants « exigeants », non soumis à une pure logique de marché) ont eux aussi conquis la reconnaissance dans le milieu, et acquis de la valeur, y compris marchande, tant aux yeux des distributeurs (succès assuré de certains films dans leurs salles) que du public (leur nom étant synonyme de qualité et d'exigence cinématographique) ; tels certaines galeries d'exposition ou marchands d'art, cette reconnaissance donne intrinsèquement aux œuvres de la valeur à la fois symbolique (qualité)

³⁴⁴ Forset C., *Quel film voir ? Pour une socioéconomie de la demande de cinéma*, Lille, Preses Universitaires du Septentrion, 2010, p.35

et économique (entrées générées), qui les leur retournent. Dans la lutte violente pour la capacité de dire la légitimité cinématographique, ils ont acquis une part de ce pouvoir de consécration des œuvres projetés qu'ils ont gravi les échelons de la hiérarchisation interne, degrés de consécration et valorisation, connus et reconnus de leurs pairs et des spectateurs, ne concédant rien à la demande du grand public, au commerce. (...) Face à de nouveaux entrants qui menacent leurs positions durement conquises, quoi de plus logique que de se retrouver aux côtés d'un autre dominant comme l'UGC ? »³⁴⁵

iv. La crise des années 1980 et l'émergence d'un nouveau paradigme (1981-1993)

Peut-être la télévision n'était-elle pas un réel problème ? Le public ne revient toujours pas dans les salles ; au contraire même, la fréquentation chute continuellement dans les années 1980, sombrant à 124 millions d'entrées en 1992.

Cette période est caractérisée par un éclatement du marché, ainsi que par une puissance perdue de la part des pouvoirs publics. Les grands circuits prennent alors l'option de sacrifier le consensus au sein du secteur afin de faire revenir le public en employant des stratégies totalement neuves³⁴⁶. La tension dans le secteur n'est plus tant propre à un type de conception du cinéma qu'une problématique de possibilité concurrentielle. Cette situation se complique d'ailleurs d'autant plus qu'apparaissent, pour la première fois, des investisseurs étrangers au sein du champ. Leur logique, couplée d'un consensus rompu et d'un pouvoir réduit de l'État, conduit à une grande instabilité du champ et à un retour à une logique d'innovations.

Par la négative, le champ s'est associé à l'État face à la concurrence télévisuelle. Jack Lang dynamise notamment les politiques de protection avec de grandes réformes : quotas de films, délai avant diffusion télévisuelle, taxes sur le chiffre d'affaire des chaînes de télévision... Tout cela dans le but contribuer à renforcer l'économie du cinéma comme économie de spectacle audiovisuel de qualité. Cette manœuvre est économiquement pertinente puisque la taxe sur le chiffre d'affaire vient compenser, dès 1990, la baisse de fréquentation, c'est-à-dire compenser les carences de la TSA (922 millions de francs prélevés, dont 417 millions directement affectés au cinéma, alors que la TSA ne fait un apport que de 420 millions).

³⁴⁵ *ibid.*, p.47

³⁴⁶ Demil B. et Leca B., *op.cit.*

Mais cette solidarité par la négative ne cache pas la division du secteur. Malgré la baisse de fréquentation, l'on remarque une augmentation des recettes dans les années 1980 ; cela s'explique par l'augmentation du prix d'entrée. Cependant, cette situation ne profite qu'aux plus grosses exploitations. Du coup, l'économie du cinéma est moins une économie de *qualité*, avec des offres diversifiées, qu'une économie qui tend à être à deux vitesses, où les plus petites exploitations, ainsi que les salles *art & essai*, peinent à suivre. Comme si, en quelque sorte, la pratique cinématographique s'est instituée comme projection de films récents. Les mesures prises dans les années 1970 et 1980 n'ont finalement fait que renforcer les *oligopoles*, c'est-à-dire qu'elles n'ont fait que renforcer une logique de valorisation du spectacle cinématographique.

Les stratégies des oligopoles, ne se confrontant pas directement, mais consacrant leur position en s'inscrivant dans l'ensemble de la filière créent un certain nombre de débordements, et notamment de concurrence déloyale vis-à-vis de plus petites exploitations qui, malgré cela, ne pouvait pas prétendre à être concurrentes. Cela a conduit les pouvoirs publics à instituer un médiateur du cinéma en 1982 et à imposer au champ un code de concurrence loyale en 1985.

Cette économie à deux vitesses est exploitée par l'oligopole qui brise le consensus entre les acteurs et crée un nouveau paradigme économique et d'offre à travers la création, dès 1992, des multiplexes. Le multiplexe est un établissement de plus de dix salles avec une qualité de confort et de projection accrue. Si nous parlons ici de paradigme, c'est parce que, précisément, la structuration du marché est totalement bouleversée par la logique économique singulière qu'implique pareille évolution des infrastructures.

Elle ne bouleverse d'ailleurs pas seulement le champ de l'exploitation, mais également l'ensemble de la filière, puisque apparaît la règle des 20/80 : 20% de films font 80% des entrées. Autrement dit, par-delà le renforcement de l'oligopole, nous voyons un marché dont les biens valorisés sont de plus en plus restreints – ce qui implique des rapports de force accrus dans l'obtention d'une copie d'un de ces films.

Si nous parlons également de changement paradigmatique, c'est parce que les multiplexes modifient la définition de la pratique cinématographique instituée depuis quelques années. C'est moins le film qui prime que la valorisation de l'expérience du spectateur, c'est moins la programmation en tant que telle que l'architecture du lieu qui compte (du moins, dans un premier temps). Il faut comprendre que l'offre en cinéma était relativement morose : soit l'on allait voir les dernières nouveautés dans les complexes, soit des films plus « pointus » dans les salles art et essai, mais, dans un cas comme dans l'autre (à

quelques exceptions près) les conditions de n'étaient pas particulièrement enthousiasmantes. Les exploitations leaders de marché visaient moins à innover pendant la décennie qu'à renforcer leur position, à travailler sur des stratégies de filière et non pas sur la relation clientèle. Il est évident que la construction d'un très grand complexe, avec un très grand choix de films, mais surtout un confort accru, allait stimuler la demande. À ce titre, nous voyons bien que les multiplexes sont moins une « révolution » qu'une réactualisation d'une logique que l'on a déjà vu avec les « simili-palaces ». Il y a cependant deux différences essentielles du multiplexe par rapport à ces « simili-palaces » qu'il faut pointer. D'une part, la nature du service a glissé : l'expérience cinématographique n'est pas le service central vers lequel tous les services se concentrent, mais le service initial, le service moteur qui stimule le désir, stimule les motivations d'achat et de consommation vers des services connexes. Autrement dit, le modèle économique du multiplexe est un mélange entre le modèle économique des « simili-palaces » et des investissements que l'on trouvait dans les années 1910 : le « service » d'expérience cinématographique est très valorisé, mais il n'est qu'une sorte de produit d'appel dans le multiplexe. En effet, ces établissements reproduisent tout un espace public, articulé sur l'imaginaire cinématographique (essentiellement Hollywoodien), où l'on peut aussi se divertir, se restaurer, acheter parfois des livres...

D'autre part, cela permet de grandes économies d'échelle – plutôt que de gérer plusieurs établissements, avec des loyers et des salaires qui s'additionnent, on réduit les coûts sur un établissement – et un renforcement de la position vis-à-vis des autres acteurs de la filière (lorsque l'exploitant n'est pas déjà intégré)³⁴⁷. De plus, le succès public immédiat tend à laisser croire que ce sont les leaders de marché qui connaissent le mieux le public, la demande cinématographique et donc que seul le marché peut réguler le champ de l'exploitation, voire l'ensemble de la filière. C'est d'ailleurs à ce titre que les pouvoirs publics vont perdre de plus en plus d'importance dans la régulation du champ comme dans la régulation de toute la filière.

v. Le cinéma inscrit dans les industries de contenu (1993-2010)

Économie d'échelle, renforcement de position dominante – notamment vis-à-vis des distributeurs -, captation du public désireux de profiter d'un cadre de réception d'une qualité

³⁴⁷ Roy P. & Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », *Revue française de gestion*, 2006/8, n°167

supérieure, l'économie des multiplexes apparaît très vite efficient. Le nombre d'ouverture de ce type d'établissement augmente alors très vite : de deux salles par an en 1992 et 1993, il y en a 7 qui s'ouvrent en 1994, 11 par an de 1995 à 1998 et, enfin 20 en 1999. Ce sont les grands groupes qui ont le monopole, possédant à eux seuls plus de 50% des 65 établissements créés et qui drainent plus de 27% du public³⁴⁸. L'investissement est trop important – de 30 à 250 millions de francs – pour les indépendants (contrairement à ce qui a été le cas pour les complexes) ; dès lors, ce sont des investisseurs étrangers – *Bert, AMC, Village Roadshow* - qui apparaissent dans le champ³⁴⁹. Ces derniers vont participer à la concurrence directe et impliquer dès lors une nouvelle logique de rapports de force. Autrement dit, les petites exploitations et les salles art et essai gagneraient à être modernisées, mais cela implique un trop coût ; de même, la stratégie des multiplexes a considérablement réhaussé la fréquentation (166 millions d'entrées en 2000), au prix d'une plus grande incertitude au niveau du comportement concurrentiel.

La position des pouvoirs publics devient alors très complexe : il ne s'agit plus simplement d'assurer le lien entre la dimension industrielle et la dimension artistique du cinéma, ni simplement d'assurer la filière face à la télévision, mais également de réguler le nouveau paradigme et de jongler entre deux manières très différentes d'exploiter le cinéma. La loi de 1996 soumettait les ouvertures de sites avec des salles de plus de 1500 places à une autorisation délivrée les commissions départementales de l'équipement ; ce seuil a été abaissé en 1998 avec, en sus, une attention plus aiguë des rapports concurrentiels³⁵⁰.

Le fort bouleversement généré par l'arrivée des multiplexes laisse entendre que le cinéma peut, certes à moindre mesure, redevenir une consommation de masse. Cette intuition a incité UGC à massifier la consommation de films de cinéma, en 2000, en proposant un système d'offre illimitée avec la carte *UGC illimité*. Cette innovation de l'offre empiète le dernier point de consensus au sein du champ, à savoir que le cinéma visait une clientèle aisée et laissait la dimension massificatrice à la télévision, au profit d'une stratégie de qualité³⁵¹. Cette innovation a fait grand bruit et a été critiquée par l'ensemble des acteurs. Cependant, la structuration du champ n'a pas réussi à empêcher le développement de ce projet et les divers

³⁴⁸ Roy P., « Une lecture spatiale des stratégies concurrentielles des salles de cinéma », *Entreprises et Histoire*, n°53, 2008

³⁴⁹ Roy P. « Une lecture spatiale des stratégies concurrentielles », *Entreprises et Histoire*, N°53, 2008

Roy P. et Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », *Revue française de gestion* 2006/8 n°167-

³⁵⁰ *ibid.*

³⁵¹ Demil B. et Leca B., *op.cit.* ; Roy P. & Yami S., *op.cit.*

acteurs se sont montrés affaiblis et interdépendants. En effet, les associations n'ont quasiment plus d'influence sur le secteur : la FNCF est restée muette au sujet des cartes illimitées ; seules l'AFCAE et l'Association des Réalisateurs et des Producteurs (ARP) ont exprimés le danger de cette innovation – notamment de réduire la valeur symbolique du film. Elles seront relayées par l'État. Mais, à mesure que les pouvoirs publics tendaient à enrayer la stratégie d'UGC, cette dernière a menacé d'avoir recours à la Commission Européenne. Celle-ci, bien plus axée sur le libre marché que l'État, aurait conduit à une profonde remise en cause du système français. Autrement dit, UGC faisait le pari de détruire toute l'organisation du champ si sa stratégie n'était pas reconnue. La Commission n'a finalement pas été appelée, mais les pouvoirs publics n'ont pas pris de risques et ont accepté la carte illimitée sous quelques conditions. Au final, les autres grands groupes ont suivi le principe³⁵².

La période est donc celle de la dissolution du métier, non plus en termes de pratiques différenciées, mais en termes de pouvoirs au sein du champ ; celui-ci revient désormais aux leaders.³⁵³ Le consensus au sein du champ est brisé et les deux niveaux économiques n'ont désormais plus les mêmes problématiques.

Cela contribue à une situation de scission avec l'espace public, où les exploitants se concentrent énormément sur leur positionnement au sein du champ (qu'ils évoquent souvent par l'image de la « survie ») ; la perceptibilité de leur situation s'applique, de plus, sur les critères des multiplexes, leur donnant dès lors l'impression de n'avoir aucune capacité de réaction, aucun pouvoir économique et plus aucun pouvoir de « médiateur » vis-à-vis du public (ce dernier étant plongé dans l'idéologie du spectateur compétent).

La stratégie des multiplexes peut sembler, a priori, paradoxale : elle semble aller et venir entre massification du cinéma et stratégie de différenciation par des coûts. Mais ce n'est le cas qu'aussi longtemps que l'on observe ces stratégies à partir des développements précédents de l'espace public cinématographique. Or, l'espace public cinématographique n'a désormais qu'une autonomie fort relative. Les stratégies des multiplexes prennent dès lors du sens lorsqu'elles sont imbriquées dans une logique qui « transcende »³⁵⁴ le seul champ de

³⁵² Demil B. et Leca B., op.cit.

³⁵³ Roy P. & Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », *Revue française de gestion* 2006/8 n°167-

³⁵⁴ Monsieur Lamizet, lors d'une première lecture de la présente thèse, avait, à juste titre pointé le problème de cette expression. En effet, la « transcendance » est, par définition, ce qui dépasse et qui détermine un contexte donné, et ce, par-delà l'espace et le temps. Il s'agit d'une expression proprement métaphysique et contestable, surtout dans notre approche. Cependant, nous la gardons tout de même et il convient ici de justifier son usage. Par « logique qui transcende » nous voulons d'abord dire une logique qui absorbe, qui intègre en son sein, la

l'exploitation cinématographique, c'est-à-dire lorsqu'ils s'articulent aux industries de communication et de contenus

En effet, ces modifications des rapports entre petits exploitants et grands circuits se radicalisent à travers une forte concentration du secteur et l'entrée d'agents extérieurs : les fusions Seagram (Universal), Vivendi / Canal +, et Pathé/Gaumont en Europalaces en 2000 sont des éléments qui tendent à désintégrer le système français basé sur la concertation du champ et sur la recherche de qualité. Le film est alors perçu comme un contenu à valoriser sur une chaîne médiatique qui comprend en son sein l'exploitation. La logique économique de ces groupes ne vise pas essentiellement la vie en salle. En effet, la chaîne de valeur de film comprend également, la TV, le *pay-per-view*, le DVD et les multiples formes d'exploitations sur Internet, qui peuvent, elles, entraîner une logique de « longue traîne »³⁵⁵. Cela n'empêche nullement les entreprises inscrites dans ce registre d'avoir de réelles performances économiques (ainsi que de produire des « contenus » intéressants d'un point de vue esthétique).

Ainsi, d'une part, les multiplexes ont compris qu'ils deviennent agents de valorisation des films ; certes, d'un nombre restreint de films, mais, de manière inversement proportionnelle, une valorisation d'autant plus forte. Ce sont les réussites en salle qui offrent le plus de valeur symbolique et mercantile aux films. La perte de la place symboliquement privilégiée de dernier maillon de la chaîne de valeur est largement compensée par de considérables gains monétaires : en effet, Pathé a initié une pratique de location d'espace publicitaire et promotionnel dans ses sites, ainsi qu'une location d'espace de bande-annonce avant la projection. Cette pratique est rapidement suivie par les autres groupes d'exploitation. Autrement dit, les salles font de grandes marges et de grands bénéfices non plus simplement avec les entrées, mais également – voire principalement – par les autres consommations des

logique du champ ; c'est évidemment le résultat d'un contexte sociohistorique précis. Mais, à travers l'usage de cette expression, dans toute son acception métaphysique, nous voulons aussi rendre compte de la manière dont les acteurs du champ vivent ce contexte : l'intégration dans les logiques d'industries de contenu est vécu comme arbitraire, opaque, incompréhensible, fait d'un « air du temps » et vis-à-vis duquel l'on ne peut rien... Toute métaphysique s'enracine dans une idéologie, et nous voulions ici rendre compte des effets aliénants de cette idéologie. Si cette approche apparaît contestable au lecteur, celui-ci peut alors préférer l'expression « logique intégrative des industries de contenu », qui apparaît moins problématique et qui rend compte du problème (simplement en excluant la question du point de vue des acteurs).

³⁵⁵ cf Partie I , l'ensemble du chapitre « A. Les relations signifiantes générées par Internet et les NTIC : l'émergence des problématiques de flux », p.179, et plus précisément « iii. Quelques business plans et perspectives stratégiques propres à la logique de flux : l'économie de l'attention », p.186

spectateurs – jeux, confiseries, repas, etc. – et ces locations. D’autre part, et en complément, ces salles exploitent une logique similaire à ce que l’on a vu dans la partie précédente à propos des NTIC, à savoir une stratégie d’offres différenciées au public. Les offres se multiplient et créent des valeurs ajoutées au fait d’aller voir un film.

De plus, le succès de cette manœuvre, malgré le fort coût d’entrée montre bien que les stratégies antérieures n’avaient pas assez pris en compte l’importance du cadre imaginaire. Ils ont précisément repris les logiques de distinction qu’a évoqué Bourdieu tout en apparaissant auprès du jeune public comme espace de sociabilité. Il est à parier que cette forme d’exploitation a encore de beaux jours devant elle. Les grands groupes d’exploitation visent donc très précisément un rapport harmonieux avec l’économie des NTIC : cela se caractérise principalement par l’accélération du processus de numérisation des salles qu’ils ont imposé – du moins qu’ils se sont vus imposés par les industries de contenus et qu’ils tendent à laisser croire qu’ils imposent aux autres acteurs du champ. En effet, les projections numériques apparaissent, a priori, comme contre-performantes et lourdes en termes d’investissements³⁵⁶ ; cependant, un établissement ainsi équipé signifie son appartenance au processus de convergence numérique global, participe ainsi plus directement de son économie – sachant qu’elle est désormais productrice de contenu – et maintient les grands groupes en position dominante au sein de leur champ. Le *leadership* dans ce marché procède donc de l’intégration du cinéma dans une logique économique qui intègre et modifie la conception classique du champ.

Loin de nous positionner radicalement pour ou radicalement contre cet état de fait, nous voulons simplement souligner à quel point cela devrait faire « torpille » sur ‘espace public cinématographique ; autrement dit, cela ne fait que manifester la structuration historique problématique de l’espace public cinématographique. Nous soulignons ce point, parce qu’il nous apparaît que l’espace public cinématographique en général, et le champ de l’exploitation en particulier, n’a pas réagi de la manière la plus pertinente à ce problème.

Cela a évidemment généré de très fortes tensions au sein du champ entre deux conceptions économiques radicalement différentes : d’une part, une logique de maintien du champ ; d’autre part, une logique qui veut soit éclater le champ, soit, au moins, le réduire à un épiphénomène d’une économie communicationnelle plus vaste. À ce titre, l’on retrouve toute une rhétorique autour de la figure de l’indépendant qui opacifie le débat. L’illustration en

³⁵⁶ Nous y reviendrons dans la deuxième moitié de cette partie, mais il est à noter qu’il faut circonscire cette assertion, puisque, précisément, les petites exploitations qui ont rapidement investi dans le numérique ont connu, au contraire, une sorte de période de grâce. Voir, à ce titre, l’entretien avec le responsable du *Ciné* de Quiberon.

annexe 1, qui renvoie à l'affaire entre le *Méliès* de Montreuil et UGC/MK2 (dont nous allons dire quelques mots dans les pages suivantes) est symptomatique de cet effet imaginaire : l'indépendant serait le petit poisson qui risque d'être dévoré par des requins.

Là où le débat devient réellement opaque, c'est que cette figure de l'indépendant n'est pas seulement exploitée par les petits cinémas, mais également par les grandes sociétés qui profitent de l'équivocité du terme afin de, soit s'y identifier également, soit de lui ôter toute substance dès le début d'un débat, délégitimant ainsi le contradicteur (en l'inscrivant dès lors dans la seule perspective rationnelle possible, c'est-à-dire celle du marché). L'entretien avec Marc Bonny et Joël Luraine est un exemple de cette stratégie discursive³⁵⁷ : alors que Luraine tente de désamorcer la figure de l'indépendant, en rappelant précisément que cette figure est au contraire celle d'un « assisté », celle d'une salle municipale, Bonny ne tente pas de contredire, mais entre de plain-pied dans la logique de marché. Or, c'est précisément suite à un marché vide (et pourtant porteur) que les municipalités ont décidé d'implanter des salles municipales. « L'indépendant » n'est devenu problématique que suite à une mauvaise stratégie (spatiale) de couverture de territoire par les grands groupes³⁵⁸.

Luraine doit donc intégrer une autre logique : celle du temps, à travers les cycles d'exploitation des films. De manière implicite, il entend que les salles qui ont des aides et qui participe de la couverture du territoire ne devraient alors pas s'aligner sur la logique d'immédiateté des grands groupes (logique qui apparaît, dans la structure concurrentielle classique comme la seule opératoire).

C'est que, finalement, le point de tension entre ces deux logiques de cinéma est assez simple. Le signe caractéristique, c'est l'uniformisation de la programmation (les grands groupes tendent vers l'art et essai et les plus petites salles visent des films porteurs). La cause de ce signe – cause à circonstancier dans le cadre de grandes villes – est que le client cible est le « cinéphile ».

Il est à noter un point important sur la figure du « cinéphile », telle qu'elle est ici esquissée : il s'agit moins de la perpétuation de la figure initiée par les *Cahiers du Cinéma*, que celle d'un spectateur pour qui il est évident que l'expérience en salle se distingue de l'expérience sur d'autres supports. Nous émettrons d'ailleurs l'hypothèse dans les chapitres suivants que précisément cette figure a été bien mal interprétée par le champ dans les années 1970-1980, et

³⁵⁷ Cf Annexe 6 : « Le conflit de rationalité entre les multiplexes et les salles *art et essai* », p.816

³⁵⁸ Roy P. « Une lecture spatiale des stratégies concurrentielles », *Entreprises et Histoire*, N°53, 2008

que c'est précisément cette mauvaise interprétation qui a contribué à une pratique cinématographique obscure pour la plus grande partie du public.

La conclusion de l'entretien manifeste d'ailleurs les grandes perspectives stratégiques relatives aux logiques d'exploitation : d'un côté, la logique de proximité ; de l'autre, la logique « d'attraction » - c'est-à-dire de spectaculaire et de captation de public.

Aucune de ces deux perspectives n'est suffisante pour se substituer à l'autre. Ainsi, les pouvoirs publics – dont l'objectif, très abstrait mais nécessaire, consiste à la fois à assurer la dimension esthétique, la notion de cinéma comme bien commun, mais aussi d'assurer une efficacité économique et de préserver la dimension divertissante du cinéma - ne peuvent plus avoir une grande incidence et visent principalement à maintenir la grande couverture du territoire que prodiguent les petites et moyennes exploitations. Cette tâche, d'une grande complexité, est principalement déléguée aux collectivités locales, ce qui amène d'autres problématiques, dont Claude Forest évoque les plus importantes³⁵⁹ : le problème de reconnaissance et de valeur symbolique lié à l'importance du pouvoir public, les motivations du soutien et les analyses réflexives quasiment absentes.

Pour le problème de reconnaissance et de valeur symbolique, Claude Forest est limpide :

« Plus la taille de la collectivité diminue et se rapproche du local, moins ces qualités semblent pouvoir habiter la puissance publique. Au plus proche du terrain, l'aide matérielle, économique de ces élus locaux semble nécessaire, voire évidente, mais leur capacité à produire du symbolique est très souvent déniée, ou largement minorée en regard que celle peut conférer l'État, tant par une large part des créateurs et des intellectuels, que par la population qui connaît ses élus ou se sent une proximité avec eux (géographique, humaine, relationnelle, sociale). Il existe en général une relation inversement proportionnelle entre la proximité d'un attributaire et la valeur de la reconnaissance qu'il peut nous accorder »³⁶⁰.

Cela, évidemment, nonobstant l'importance historique des municipalités dans l'élaboration et la légitimation du champ cinématographique. C'est dire la manière dont la valeur symbolique d'un site tend à être presque exclusivement référée aux logiques du champ et de l'espace public cinématographique, et en dénégalion de l'articulation avec l'espace public. C'est dire l'absence de prise en compte de la logique économique du secteur, et la dénégalion des stratégies politiques par l'esthétique.

³⁵⁹ Forest C., op.cit.

³⁶⁰ ibid., p.56

Autrement dit, la problématique de l'exploitation ne prend pas en compte les problématiques spatiales au niveau économique ; ce qui laisse entendre que la rationalité vise une légitimation qui « transcende » la localité dans laquelle, pourtant, elle agit. Les modes de perception, ainsi que les visées de légitimation dépassent très largement le cadre strict des possibilités d'action. Ce qui laisse entendre que la politique de programmation, par exemple, comporte le risque de s'établir sur des normes qui ne sont pas nécessairement celles de la localité. (Bien évidemment nos conclusions n'ont de sens que sur une portée générale. Il existe des exploitants qui ont une réelle réflexivité – les entretiens disponibles en annexe en témoignent – et c'est précisément à partir de leurs actions et réflexions que nous développerons une autre approche de la structuration économique et symbolique de l'espace public cinématographique et, plus précisément, du champ de l'exploitation)

Il en résulte une opacité sur la définition même des objectifs (et donc, du rôle) de l'exploitant au sein de cette localité. Cette opacité est aussi bien propre aux exploitants eux-mêmes qu'aux élus.

« Faible coût, symbole fort et visible, proximité sociale et géographique, tous ces ingrédients peuvent également faire dériver, comme tout équipement, une orientation politique ou rationnelle vers un détournement personnel, du Maire et/ou de l'élu en charge de la Culture, soit de l'équipement lui-même (surinvestissement, projet architectural surdimensionné, etc.) ou de sa programmation (surqualité, élitisme, ou au contraire festival « paillette » sans contenu réel, etc.) »³⁶¹.

Parce que le marché ne peut pas être le seul critère d'évaluation – puisqu'il ne fait qu'exprimer, d'une certaine manière, une conception déterminée des rapports d'échanges marchands et signifiants -, il est nécessaire à la fois d'avoir un réel positionnement stratégique et de faire une auto-évaluation – c'est-à-dire établir une autre logique d'échange marchand et signifiant, avec ses propres logiques de contrôle. Le positionnement stratégique prend en compte les contingences locales (taille de la commune, composition sociologique), mais elle doit, en outre (ce qui se fait peut-être moins), définir si elle s'inscrit dans une politique d'offre ou de réponse à une demande.

L'analyse stratégique semble souffrir de cette carence, puisque les questions portent alors bien souvent sur des généralités, sur un discours globalisant et ne tient quasiment pas en compte des spécificités locales. Et bien souvent, la stratégie s'élabore en fonction de l'outil d'évaluation qui est moins auto-évaluation qu'inscription dans des outils plus globaux : le marché et/ou le label « art et essai ». Si le marché ne prend pas du tout en compte les spécificités locales (la preuve en est, les champs cinématographiques à l'étranger, notamment

³⁶¹ *ibid.*, p.57

en Grande Bretagne, explicitement orienté sur le marché conduit à une disparition des salles de proximité, au profit de sites très denses avec des salles hautement équipées), le label « art et essai » a des réformes tous les 5 ans pour préciser les critères en tenant compte de ces spécificités. Mais, ici encore les efforts du conatus sont incités : ces critères

« ont été instaurés afin de bien distinguer – en interne, au sein de la profession, mais de manière non signifiante pour le grand public – et de hiérarchiser les salles entre elles. Ils ont permis de rendre évident les différences notables du travail fourni par ces différentes salles au sein d'une qualification (l'art et essai) devenu hétérogène au fil du temps »³⁶².

Mais nous voyons bien qu'il y a, d'une part, un effet « boîte noire » du champ qui ne donne aucune visibilité aux acteurs extérieurs – autrement dit, une clôture de l'espace public cinématographique sur elle-même - et, d'autre part, des problématiques de positionnement qui ne corrént pas du tout avec les exigences locales (même si les critères sont précis ; nous en ferons néanmoins la critique dans la deuxième moitié de la présente partie).

Il en résulte une tentation de travailler en fonction de ces critères, nonobstant les objectifs locaux, or, comme le rappelle Forest, « tout comme la pureté et la radicalité, l'austérité esthétique nécessite un terreau favorable et de confortables conditions matérielles pour pouvoir s'épanouir »³⁶³. À trop se concentrer sur un système de soutien national (qui a, en outre, une plus grande valeur symbolique), l'on tend à oublier les motivations locales ; de même, le CNC ne s'interroge toujours pas sur l'incohérence de maintenir un tel système d'aide publique alors que les salles en bénéficient déjà par le biais des municipalités (qui, si elles étaient les seules donatrices, auraient au moins la tentation de définir plus clairement des projets).

Il y a également deux autres points relativement important à souligner, comme relatifs contrepoints, dans le rapport problématique aux municipalités : l'effet *branding* – c'est-à-dire la stratégie d'image de marque - de certaines métropoles et, surtout, les nouvelles stratégies agressives et de pression des grands groupes sur les municipalités. Il est à noter que ces deux contrepoints visent plus directement les grandes métropoles, qui ont un grand bassin de consommation, donc une plus grande marge de manœuvre, mais, en revanche, dont les décideurs politiques rationalisent différemment leur soutien financier (lorsqu'il y en a).

On note notamment un effet *branding* des grandes villes, c'est-à-dire une stratégie de visibilité quant à leurs soutiens financiers à la culture. Il est notable que cet effet de marque vise moins une stratégie de développement culturel, qu'une recherche de notoriété rapide

³⁶² *ibid.*, p.67

³⁶³ *ibid.*, p.65

et/ou d'externalités positives (c'est-à-dire des retours financiers et/ou symboliques indirects). Il en résulte un plus fort investissement dans le soutien à la production – et la région PACA se targue par exemple d'avoir « son » film - *Un prophète* de Jacques Audiard (2009) -, à Cannes et investit bien peu dans les salles régionales où l'on pourrait voir le film – et/ou dans l'organisation de festival – dont Lyon nous donne un exemple depuis deux ans. La stratégie de ces municipalités n'est pas isolée, mais exprime bien une logique plus globale vis-à-vis de laquelle se confronte le champ : à savoir que l'économie ne peut plus être seulement interne à l'espace public cinématographique, puisque la valorisation du cinéma dépasse très largement l'économie stricte du cinéma. Pour la municipalité, investir dans le cinéma vise bien autre chose que le soutien au champ et à la culture ; de même, nous le verrons, l'économie des multiplexes s'inscrit dans une logique économique et de valorisation qui dépasse très largement la salle de cinéma (ce que ne semblent pas comprendre – à cause de la structuration actuelle du champ - les exploitants plus petits).

Cela exprime également la perte d'importance de la localité. Et l'exemple le plus manifeste de ce mépris est la stratégie qu'emploie depuis plusieurs années UGC à l'encontre des villes, en multipliant les procès – tandis que, dans un même mouvement, ils ont des facilités par ces mêmes municipalités afin de permettre un développement plus rapide d'un nouveau quartier. L'exemple suivante est intéressant par son caractère emblématique de l'évolution des rapports de force, et de la logique stratégique émergente : le cas du *Méliès* de Montreuil³⁶⁴. L'affaire du *Méliès* est relativement simple : il s'agit d'un complexe *art est essai* soutenu par le maire communiste de Montreuil, qui vise une politique d'offre de qualité, dont l'aide publique par la municipalité permet de passer de trois à six salles; l'UGC de Rosny – aux environs – porte plainte pour concurrence déloyale. Peu de temps après, UGC est rejoint par MK2, qui possède deux sites dans le XII^e arrondissement de Paris. « Il faut dire que début septembre, la donne a changé : après s'être livré une rude concurrence, les deux distributeurs se sont associés pour proposer aux spectateurs une carte jointe illimitée »³⁶⁵. Nous pouvons noter une chose qui est très importante, en relation avec le rapport réduit avec les politiques locales, l'effet de groupement par sécurité. C'est précisément la logique – évidemment des grands groupes (et même au-delà, puisqu MK2 et UGC sont deux groupes différents) -, mais c'est également une stratégie que développent nombres de plus petites salles. Et ce, de manière globale. Il s'agit cependant de relativiser la

³⁶⁴ D'autres exemples succincts sont disponibles dans mon entretien avec le responsable cinéma de la DRAC, cf Annexe 11 : « Entretien avec Roger SICAUD, conseiller cinéma à la DRAC Rhône Alpes », p.855

³⁶⁵ Gindensperger S., « Guerre des cinémas : Karmitz le rose contre Brard le rouge », *Arrêt sur Image*, 06/02/2008, disponible sur :

<http://www.arretsurlimages.net/contenu.php?id=378>, consulté le 18 novembre 2010

problématique de cette attaque en rappelant cependant que la Seine-Saint-Denis a une très grande majorité de salles art et essai ; rehausser la politique d'offre dans ce secteur n'est peut-être pas une nécessité. La plainte a été retirée courant 2010, alors que le *Méliès* augmentait ses prix de manière significative. Comme si nous revenions à l'utopie d'un secteur régulé par les prix...

Ainsi, nous comprenons les facteurs exogènes et les facteurs endogènes qui aboutissent à la situation actuelle. Nous comprenons que le marché de l'exploitation s'est constitué à partir de la reconnaissance par l'État et a développé un système relativement autonome à travers les politiques culturelles des pouvoirs publics qui, dans un même mouvement, veillaient à intégrer les professionnels dans le processus décisionnel, afin d'être légitimement perçu.

La période des années 1970 semble être celle où les trois pôles structurant le marché ont eu une relation relativement stable et homogène :

- - les associations assuraient une reconnaissance des activités de leurs membres ainsi qu'un territoire qui leur est propre. Elles incitaient alors des codes de bonnes conduites auprès des exploitants et travaillaient avec l'État à une protection contre le marché ;
- - Les pouvoirs publics parvenaient à la fois à obtenir des informations nombreuses ainsi que la participation active du champ avant tout processus décisionnel, notamment en termes de fixation de coûts, les aides fiscales ainsi que les aides d'aménagement ;
- - Les entreprises bénéficiaient à la fois d'une réduction de la concurrence et d'aides publiques³⁶⁶.

Cependant cette structure portait sur des bases extrêmement friables d'une part parce qu'elle réduit beaucoup les possibilités stratégiques et, d'autre part, elle s'enracine sur une logique biaisée, à savoir que le cinéma est soit directement concurrencé par la télévision, soit une pratique qui ne vise plus le public populaire. C'est que, l'un dans l'autre, l'on a oublié l'articulation avec l'espace public, les stratégies sont avant tout des stratégies de positionnement au sein de l'espace public cinématographique et, ce faisant, la filière dans son ensemble dévalorise l'importance de la fonction médiation de l'exploitant. Il en résulte une problématique générale pour tout le champ de la construction d'une pratique

³⁶⁶ Demil B. et Leca B., op.cit.

cinématographique réduite à une logique de lecture , et une problématique spécifique au champ de l'exploitation de n'être que des diffuseurs – moins « souples » que les autres médias.

Ainsi, la forte baisse de fréquentation, et son opacité générée par les changements du prix du billet, ont non seulement pas pu combler l'écart entre les exploitations, mais ont également montrer toutes leurs limites auprès des entreprises leaders.

Pathé, puis UGC ont rompu le consensus, qui forçait à un trop grand isomorphismes et à des performances peu différenciées. Ce faisant, les associations ont perdu tout pouvoir et, par effet de dominos, ont conduit le CNC à une position ambiguë : il s'agit plus d'un outil d'encadrement que d'un outil de prescription.

Inversement, les facteurs exogènes ont historiquement conduit à une resolidarisation ; cependant, ce sont des problèmes endogènes qui contribuent à une fragilisation du système amenant ces facteurs exogènes.

Ce sont les nouveaux entrants qui créent des crises majeures, puisque cela coûte énormément aux anciens acteurs de changer les règles antérieures, d'autant plus qu'il sont dû mobiliser leurs ressources pour les faire converger avec les exigences du champ. À ce titre, la situation actuelle est notable : si tout changement a impliqué rapidement un changement des acteurs, l'articulation actuelle apparaît d'un côté ralentie, mais d'un autre, beaucoup plus pérenne. Il est néanmoins manifeste que les stratégies et les perceptions légitimes semblent désormais vers une logique transcendant le champ : ce n'est pas que financièrement, mais également en termes de capital symbolique que les acteurs individuels doivent percevoir l'apparition des NTIC et de la convergence numérique.

De plus, nous avons vu que les acteurs qui ont mobilisé des ressources extérieure en valeurs au sein du champ ont réussi à être moteurs de la régulation. Il ne s'agit donc pas de se mobiliser à l'encontre d'un quelconque « tiers » - Internet, TV, État – mais concevoir clairement les objectifs et les possibilités d'actions de chaque acteur. Il y a instabilité entre les pôles qui a contribué à un affaiblissement du champ vis-à-vis des agents extérieurs, notamment les groupes de communication.

Les pôles sont eux-mêmes fortement hétérogènes ; leur rare homogénéité s'est appliquée contre un tiers et/ ou sur des bases instables – notamment la notion de qualité, ainsi que la notion d'indépendant.

Ce n'est que dans le cadre d'un marché stable que les acteurs peuvent avoir des ressources économiques et surtout symboliques permettant d'avoir des options stratégiques. Malgré la

remontée des entrées et la forte réussite financière des grands groupes, ces derniers sont eux-mêmes dans une situation particulièrement instable.

À la suite de ce parcours historique, nous comprenons qu'il ne s'agit pas de se positionner en faveur ou à l'encontre d'un certain type d'acteur. Les problématiques métier de l'exploitation, comme toute problématique politique – puisqu'en relation avec l'espace public – sont des problématiques complexes : elles dépendent des relations significatives et des relations de pouvoirs (les deux étant manifestés notamment par les échanges monétaires, mais pas seulement) à l'intérieur du champ de l'exploitation, mais aussi en relation avec l'espace public cinématographique et l'espace public.

C'est que les logiques sur lesquelles s'est institutionnalisé l'espace public cinématographique était biaisé et a tendu les acteurs du champ de l'exploitation à réduire leur rationalité à des stratégies propres à la filière (et/ou ont rendu très compliquée une réflexion sur la pratique et sur l'articulation avec l'espace public). Cela a conduit à une réduction de la prestation du « service » de l'exploitation à une logique de diffusion. Celle-ci apparaît mieux prise en charge par la télévision, et plus encore par les NTIC. Si l'espace public cinématographique vise à se défendre d'une pareille évolution, à lutter contre la logique d'échange qui est en train d'assimiler totalement le cinéma, la présente thèse propose de prendre des distances par rapport à la logique jusqu'alors instituée. Et si, par exemple, ce qui n'apparaissait être que des services connexes, des valeurs ajoutées, participaient de la spécificité du « service » de l'exploitant ? Ces valeurs ajoutées, ces « services connexes », ne sont, quant à eux, pas assimilables par les NTIC, ni par la télévision. Cela n'empêche nullement une continuité entre ces médias, entre ces différentes conceptions du service lié à la diffusion...

Mieux, au sein même d'une réflexion sur la nature des « prestations de service » de l'exploitant, nous pouvons toujours envisager des prestations différenciées où les multiplexes offriraient un certain type de prestation et les salles de proximité ainsi que les salles *art et essai* en offriraient d'autres. La prestation se différencierait aussi bien au niveau de la programmation qu'au niveau des logiques de « ventes » et d'accompagnement ; une chose est néanmoins certaine : la disparition d'un de ces modes entraînerait inévitablement une perte du caractère différentiel et spécifique de l'exploitation. En effet, aussi bien au niveau de l'histoire de la pratique cinématographique qu'au niveau de l'histoire de la rationalité des exploitants, lorsqu'un point de vue – suite à un contexte favorable – domine, il occulte les autres, mais perd en même temps la visibilité sur des phénomènes sous-jacents qui reviennent par une crise ultérieure. Ainsi, il ne s'agit d'exclure ni les multiplexes, ni les autres types de salles.

Université Lyon 2 Lumière

Ecole Doctorale : Sciences de l'Éducation, Psychologie, Sciences de l'Information et
de la Communication

Institut de la Communication

GROUPE TRIANGLE – UMR 5206

La Torpille Numérique

*Problématiques métier de l'exploitation
cinématographique à l'heure des
multiplexes et des offres multi-supports
(Volume 2)*

Benjamin LESSON

Thèse présentée en vue de l'obtention du titre de docteur en Sciences
de l'Information et de la Communication

Sous la direction de M. Bernard LAMIZET

Membres du jury :

Serge CARDINAL, Professeur des Universités, Université de Montréal

Laurent CRETON, Professeur des Universités, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle

Jean-Joseph GOUX, Professeur des Universités, Université Rice

II. Comment le marché des industries de contenu intègre l'économie du cinéma : la subversion de la question de sociabilité

Nous avons vu comment l'espace public cinématographique s'est institutionnalisé en France et comment sa logique n'a pas permis aux acteurs de voir l'émergence de nouveaux usages spectatoriels auxquels, pourtant, ils ont contribué. Nous avons également vu en quoi les exploitants ont aussi bien participé de cette logique que leur rationalité en est déterminée. Le problème général est qu'il y a eu une perte de lien entre espace public et espace public cinématographique ; les acteurs de ce dernier tendant à spéculer sur la pratique et les usages, et s'investir principalement dans des rapports de force internes et des conflits intestinaux. C'est là une première circonscription des problématiques métier de l'exploitation.

Cependant, notre conception des problématiques métier de l'exploitation vise à une relégitimation de leur profession : à un positionnement plus serein au sein de l'espace public cinématographique, mais aussi à veiller à une réarticulation avec l'espace public. Ces deux problématiques sont liées : c'est en tant que représentant de l'institution et en tant que médiateur au sein de l'espace public que l'exploitant a une légitimité au sein de la filière ; c'est parce que l'espace public cinématographique lui donne les moyens de faire pareilles actions qu'il peut être un médiateur au sein de l'espace public.

Il y a, au sein de l'espace public cinématographique, une autre fonction qui assure également l'articulation institution / espace public : le critique. Il convient donc d'analyser la spécificité propre à ces deux fonctions. Le critique travaille avant tout une médiation esthétique : il rend compte des logiques esthétiques – souvent par l'intermédiaire de jugement esthétique apposés à des films. L'exploitant, quant à lui, a une réelle dimension politique en ceci qu'il crée un cadre d'expérience – une double hétérotopie – au sein de l'espace public. Il n'en demeure pas moins que les deux fonctions articulent toujours esthétique et politique. Autrement dit, le critique donne une dimension institutionnelle au jugement de goût esthétique et l'exploitant offre un cadre institutionnel d'expérience esthétique.

Notre analyse de ces fonctions s'établit, nous l'aurons compris, dans un contexte de crise générale. Si, tout au long de la première partie, nous avons vu les incidences de l'idéologie postmoderne dans les problématiques propres aux formes artistiques contemporaines, nous en trouvons ici une expression en termes socioéconomiques. En effet, pour mémoire (et pour résumer) l'idéologie postmoderne consiste en un déni des problématiques symboliques posées par la pensée moderne. Ici, la désolidarisation de l'espace public cinématographique avec l'espace public laisse des « béances » dans lesquelles se sont enracinés des dispositifs du marché – dispositifs que, à la suite de l'important travail de Lucien Karpik, nous appellerons *dispositifs de jugements*³⁶⁷. Et ces dispositifs posent le spectateur comme compétent et engage une rationalité des usages qui, loin de resolidariser l'expérience esthétique du spectateur à des problématiques de sociabilité, tend, au contraire, à l'inciter à affirmer son point de vue, affirmer un identité (là où il devrait l'éprouver). Pour le dire autrement, les dispositifs dominants tendent moins vers la distanciation et la question du jugement de goût esthétique, qu'ils tendent à suppléer l'expérience et à affirmer un jugement de goût (sans la distanciation critique ; ce qui réduit le jugement à un jugement de principe, un jugement moral).

Il s'agit donc, dans le présent chapitre, de voir comment l'articulation politique / esthétique, l'articulation institution / espace public, a été intégré par les acteurs et les institutions. Il s'agit également de voir comment, à travers la « routinisation » de leur approche, les exploitants et les critiques institutionnelles tendent à « perdre de vue » les problématiques contextuelles de l'articulation institution / espace public, qui deviennent progressivement prises en charge par de nouveaux appareillages du marché. En effet, si, dans les premiers temps, les exploitants et les critiques devaient nécessairement procéder à une articulation avec l'espace public, la mise en place des institutions a engendré une trop grande économie de ce problème. À ce titre, nous ferons ici une critique des complexes et des salles *art et essai* : loin de laisser un réel espace de libre interprétation et de libre usage pour le spectateur, les « béances » sont prises en charge par le marché. Cette problématique sera par ailleurs manifeste dans l'approche actuelle du jeune public. Nous verrons qu'il en est de même pour les critiques.

En quelque sorte, nous envisageons les critiques et les exploitants comme des acteurs de jugement critique (qui proposent, d'une certaine manière, des dispositifs de jugements), qui

³⁶⁷ Karpik L., *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007

ont perdu de vue cette dimension, laissant alors une importance grandissante pour d'autres dispositifs qui, eux, sont problématiques puisqu'ils réduisent le désir au *conatus*.

Un tel parcours nous apparaît nécessaire en ce qu'il permet de rendre compte de la manière dont les spectateurs se sont acculturés à des usages cinématographiques qui les valorisent, il permet de rendre compte de l'idéologie qui sous-tend la pratique cinématographique implicite dans les usages contemporains. En effet, si l'on envisage une logique alternative de médiation, il convient de comprendre vis-à-vis de quelle idéologie cette logique se positionne et de déterminer les manières dont elle se manifeste. De même, il convient de comprendre les logiques du marché qui tend à s'élargir et à se complexifier, afin d'y voir un nouveau positionnement des exploitants.

A. L'assimilation progressive de l'exploitation cinématographique

L'articulation institution / esthétique de l'exploitant a pris des tournants, des singularités au cours de l'histoire du cinéma. Ces articulations se sont appuyées sur différents critères de légitimité du spectacle cinématographique. Par commodité de lecture, nous allons en retenir quatre grandes formes : celle du passage du boniment à l'art établi, celle de *l'art et essai*, celle des complexes et la logique « bicéphale » de l'indépendant versus le multiplexe.

Chaque forme problématise d'une certaine manière l'articulation institution / espace public. Il est important d'en pointer des acquis et des formules spécifiques, parce qu'elles contiennent toutes – en partie – des stratégies qui pourraient permettre de revaloriser l'exploitation cinématographique. Cependant, chaque forme tend à occulter les logiques propres aux autres formes et, par là même, des réflexions et propositions d'articulation institution / espace public qui étaient, pourtant, pertinentes. C'est que, d'une forme à une autre, l'on considère la question de sociabilité comme acquise et l'on tend à oublier que celle-ci doit être constamment relancée, reproblématisée. C'est dans ces espaces (a)problématiques que certains dispositifs de jugements, certains appareillages de marché, vont s'établir et engager une pratique dans laquelle, progressivement, l'exploitation a un rôle reconnu comme de moins en moins important.

i. Du Boniment aux complexes : l'oubli progressif de l'importance de la sociabilité

La logique des bonimenteurs est doublement intéressante : d'une part, il s'agit du premier grand travail historique de médiation de l'exploitation cinématographique ; en outre, il comporte les problématiques premières, les problématiques fondamentales de l'exploitation – qui semblent être progressivement oubliées.

Il est apparu de plus en plus important dans le cadre des recherches sur le cinéma des premiers temps de considérer l'hypothèse de Tom Gunning selon laquelle les pratiques spectatoriennes étaient radicalement différentes à cette époque que sous l'ordre du cinéma classique :

« Au lieu de tout mettre en œuvre pour que le spectateur puisse pleinement participer à la fiction narrative, le cinéma d'attractions l'adresse plus ou moins directement, créant souvent une apparence de face-à-face par l'adoption d'une frontalité accusée »³⁶⁸.

Kessler fait d'ailleurs référence aux travaux de Livio Belloï concernant la présence de films pédagogiques visant explicitement le comportement du public : en effet, un certain nombre de bandes étaient diffusées dans le but explicite de fixer les règles de comportement dans la salle. Il ne faut pas oublier que le cinéma des premiers temps n'est pas constitué seulement de films de fictions, mais également de « vues » plus ou moins documentaires. Nous disons « plus ou moins documentaires » parce que, selon Gunning, la logique documentaire – telle que nous la comprenons aujourd'hui - apparaît dans les films de propagande de la première guerre mondiale, où il s'agissait, effectivement, de documenter un état de choses, c'est-à-dire présenté dans une logique rhétorique. Inversement, les films « plus ou moins documentaires » ont été qualifiés par l'historien « d'esthétiques de la vue » : il s'agissait surtout de satisfaire la curiosité visuelle, exploitant le caractère spectaculaire du filmé et du filmage.

La réglementation de location de 1907 n'entérine pas la capacité de l'exploitant à modifier les films en vue d'obtenir une plus grande satisfaction du public local. Ils ont pour longtemps encore une maîtrise de l'objet qu'ils peuvent modifier à leur guise, mais, surtout, ils ont souvent une fonction d'intermédiaire culturel particulièrement important (surtout dans les localités avec un particularisme linguistique et dialectal). Ce qui veut dire que la qualité du spectacle dépend aussi bien de la qualité des films programmés que dans la manière dont on les valorise et dont on les met en situation.

³⁶⁸ Kessler F., « Regards en creux. Le cinéma des premiers temps et la construction des faits spectatoriels », *Réseaux*, année 2000, Volume 18, N°99

C'est dire un point essentiel, qui est bien souvent ignoré : le cinéma n'est pas (seulement) un art pictural, un art de l'image. C'est aussi un art du spectacle – dont les déterminations doivent être repérées et distinguées de celles du théâtre. Il a toujours été « bruyant », plus ou moins sonorisé, et ce serait une grande faute que de continuer à croire que le son au cinéma n'est apparu qu'avec le parlant. Il est d'ailleurs à noter qu'à l'époque, l'on ne parlait pas de « film parlant », mais de « film sonore », insistant sur le fait que le son était assuré mécaniquement (comme gage de qualité et d'authenticité).

C'est très certainement le développement du parlant qui, parce qu'il délègue totalement au film la production du discours et la *performance* (au sens anglais du terme), conduit à oublier la *performance* de la salle, la sociabilité dans la salle, comme partie prenante du procès de signification. Cela modifie, en effet, considérablement, la pratique cinématographique, la valorisation du spectacle et les usages spectatoriels. Avant ce bond infrastructurel, le public

« est fortement impliqué dans le spectacle cinématographique et ses approbations ou désapprobations ont des effets immédiats sur la qualité de la prestation ; effets qui facilitent le travail d'identification des demandes du public par le propriétaire des lieux. Certes, les spectateurs possèdent les moyens d'anticiper la qualité des films projetés en utilisant notamment (certains) instruments de mesure (nom de la star, thème ou genre du film, qualité particulière de « grand film »), mais cette anticipation est entravée par la difficulté de comparer la valeur des bandes dont la variété des acclimations locales finit par produire un spectacle original et unique »³⁶⁹.

L'on dit souvent que c'est l'apparition du parlant qui achève la fonction de boniment de l'exploitant. Il est vrai qu'à partir de ces possibilités techniques, le film devient intégralement porteur de son discours. Mais ceci n'est que le point final d'une mécanique qui s'opère dès les années 1910 : en effet, le principe de nombreux feuilletons – dont *Les Vampires* de Louis Feuillade – implique déjà une « coopération spectatorielle » et des compétences cognitives et interprétatives qui sont déjà émancipées de quelconques boniments. L'exploitant se distingue alors moins sur le discours qu'il propose que sur sa capacité à générer du spectacle, notamment avec les ambiances musicales et sonores qu'il propose. Il y avait alors une grande malléabilité du film muet :

« Dans les années 1910 à Paris, le Gaumont-Palace avec ses 3400 places, ses appariteurs en redingote bleu ciel et casquette, son grand orchestre, ses nombreux films, séries et documentaires au programme, ponctués d'entractes, d'intermèdes musicaux et d'attractions propose un grand spectacle

³⁶⁹ *ibid.*, p.56

de qualité qui contraste avec les mises en scène locales des salles des petites villes de province où toute la famille de l'exploitant est sollicitée pour « sonoriser » le film »³⁷⁰.

La mise en place progressive des dispositifs de sonorisation conduit à une temporaire incertitude de la part des exploitants qui perdent le contrôle sur *l'esthétique* de leur spectacle et, surtout, sur leur rôle de médiateur entre le producteur et le public – cela avait déjà lieu avec une tendance à des programmations spécifiques ; simplement le parlant ne fait que radicaliser, de manière manifeste, cette tendance. En effet, les réglementations sont beaucoup plus strictes au sujet de l'exploitation des films sonores et n'autorisent absolument plus aucune manipulation de la part des exploitants. La problématique devient alors différente, plus éditoriale à savoir: comment anticiper le succès du film et l'attente du public lorsque la *performance* échappe au contrôle de l'exploitant ?

La mesure de qualité du film devient alors le temps d'affiche d'un film ; la *qualité* devient chose publique. Ce qui veut dire que la fonction de médiateur de l'exploitant se complexifie et implique une véritable stratégie de positionnement vis-à-vis de l'espace public et de l'espace public cinématographique. La qualité du spectacle proposé par l'exploitant, ce qui est valorisé, n'est plus une expérience esthétique et politique singulière, mais l'accessibilité au film qui apparaît alors d'autant plus comme un *bien commun*. C'est, avant tout, un travail de programmation ; ce qui participe à la *performance* de la salle est relégué à des plus-value, à des services qui produisent de la valeur ajoutée.

La salle de cinéma travaille donc son attractivité, et celle-ci apparaît encore au début des années 1930 comme un facteur suffisamment motivant pour que le public s'y rende :

« Bien des gens vont encore au cinéma sans savoir qu'ils y verront. Ils ont adopté une salle proche de leur domicile et, cinquante-deux fois par an, ils y jouissent, avec une confiance touchante, de la distraction qui leur y est donnée. Il n'y a pas si longtemps, nous étions tous comme eux. Le cinéma nous apparaissait comme un divertissement en soi et, tandis que nous n'aurions pas songé à nous rendre au théâtre sans en avoir auparavant consulté les programmes, l'écran et ses images nous attiraient pour eux-mêmes, comme la route attire nombre d'automobilistes, indépendamment des villes d'art, des points

³⁷⁰ Montebello F., « Des films muets aux films parlants. Naissance de la qualité cinématographique », *Politix*, année 2003, volume 16, n°61, p.54

de vue et des curiosités locales. Nous avons changé. Maintenant, nous n'allons plus au cinéma, nous allons voir un film »³⁷¹.

Autrement dit, l'importance accordée au contenu et principalement au « Grand film » n'est pas automatiquement instituée. Il n'en demeure pas moins que les exploitants sont de plus en plus soucieux de la qualité de leur programmation et le débat avec l'État qui apparaît comme extrêmement protectionniste ne permet pas d'envisager sereinement une programmation de qualité (ou alors, elle ne s'appliquerait que sur le cinéma national). Ainsi, une des stratégies des exploitants a consisté en 1931 à revendiquer un projet de création de bureaux de renseignements internationaux sur la valeur des films. Ils auraient alors une meilleure visibilité sur la production mondiale de films. Si ces bureaux n'ont finalement pas existé, cela a néanmoins contribué à la création du premier festival international de film, celui de Venise en 1932.

C'est néanmoins progressivement à l'aune de la qualité de programmation que l'exploitant doit son succès ou son insuccès. Comme nous l'avions indiqué dans le chapitre précédent, la stratégie des exploitants se sont rationalisés et ont contribué à un certain mimétisme. C'est que la valeur de l'expérience cinématographique, au niveau du spectacle, est de plus en plus générique et laisse la part de problématisation et de représentation de la localité, la part de singularité au film. La qualité « d'animateur » et de médiateur est dès lors de plus en plus déléguée aux films et l'expertise au spectateur ; cependant, les exploitants participent à leur manière à la qualification du cinéma, notamment en faisant la promotion du parlant comme un objet spectaculaire et innovant, permettant de nouvelles possibilités esthétiques (notamment un renouvellement des genres). Cela ne signifie pas qu'ils délaissent totalement les stratégies quant à la valorisation du spectacle et de la salle. Au contraire, il s'agit d'insister sur le caractère moderne du cinéma, notamment en rénovant les salles et l'introduction de nouveaux services : la rénovation des salles accentue le caractère urbain du cinéma, sa modernité culturelle et est inventée la séance avec son « grand film » et ses annexes (premiers films, actualités, attractions).

Pour le dire autrement, si la sociabilité était éprouvée et manifestement engagée dans la pratique du boniment, elle tend à être différée et manifestée de manière plus indirecte par un travail de programmation. C'est moins dans la manifestation des logiques d'appartenance et d'interprétation collective que la sociabilité est présentée qu'à travers l'interprétation des films et l'acceptabilité de ses thèmes. Il est, d'ailleurs, à noter qu'il s'agit de la période que

³⁷¹ Aveline C. chronique de La revue hebdomadaire, 1932, cité in. Montebello F., « Des films muets aux films parlants. Naissance de la qualité cinématographique », *Politix*, année 2003, volume 16, n°61, p.

Yann Darré a appelé le « cinéma des artisans » où les cinéastes visaient une certaine exigence esthétique, mais également une forte reconnaissance populaire³⁷² ; et cela se manifeste notamment par les thématiques des films qui expriment des problématiques sociales. C'est, en effet, notamment, le début de carrière de Jean Gabin, qui devient représentation de la « bonhomie prolétarienne » ; c'est aussi l'époque des premiers films réalistes poétiques de Julien Duvivier et de Jean Renoir... Autrement dit, toute la filière cinématographique était encore plus ou moins articulée à l'espace public, parce que, si les exploitants étaient désormais moins « proches » de leur public – puisque la sociabilité était moins prégnante dans le procès de signification –, les films, quant à eux, proposaient des problématiques proches de celles du public. Si le spectateur peut évaluer et apprécier le film, c'est aussi parce que les cinéastes et les exploitants visent des films qui concernent plus ou moins le spectateur.

Il n'en demeure pas moins que les exploitants ont encore une certaine marge de manœuvre éditoriale, une possibilité de proposer une expérience esthétique « riche » : en effet, nous venons de parler de la grande importance que l'on accorde au « grand film », mais le programme ne se résume pas à ce « grand film » et comprend aussi des actualités, des divertissements et des « petits films ». L'exploitant offre un regard sur le monde, une expérience cinématographique du monde et du spectacle.

Cependant, la pratique cinématographique va de plus en plus insister sur l'importance du film – au détriment de la sociabilité et de la performance de la salle –, voire même sur l'importance du « grand film » ; le champ de l'exploitation sera, parallèlement, de plus en plus fragilisé et dépendant de la production et de la distribution ; les thématiques des films vont progressivement s'écarter des problématiques sociales pour se concentrer sur une approche réflexive du médium cinématographique... L'articulation institution / espace public est de moins en moins une fonction clairement reconnue à l'exploitant et semble être accordée presque exclusivement aux critiques ; les exploitants ont une fonction qui se résume à la diffusion, avec plus ou moins de valeur ajoutée (exclusivité, programmation spécifique, confort des salles, situations géographique...). C'est dans cette logique globale qu'émergent les complexes.

L'émergence des complexes est beaucoup plus problématique qu'on ne l'imagine. Elle s'appuie sur un certain nombre de raisons qui se sont avérés a posteriori fallacieux. Le premier d'entre eux est le fait de considérer l'exploitant comme culturellement et

³⁷² Darré Y., *Histoire sociale du cinéma français*, op.cit.

« moralement » incompetent. En effet, suites aux développements du parlant et à la recherche d'une libération culturelle après-guerre, maintenant les interdictions de l'exploitant à maîtriser les films, ces derniers devenant les instruments de jugement de qualité du spectacle cinématographique, conduit certes à une plus grande visibilité du commerce cinématographique, mais a contribué à l'oubli de la spécificité des localités, du caractère « indigène » du public et a tendu à résumer l'expérience du cinéma à un simple rapport au « texte filmique ». Si le « texte filmique » ne concerne plus nécessairement des problématiques politiques, mais engage parfois directement des problématiques esthétiques, des réflexions sur l'expression cinématographique, ce sont les critiques qui semblent devoir assurer l'articulation de ces problématiques au jugement des spectateurs ; et, il est un fait qu'à cette époque, les critiques étaient particulièrement lus, et avaient un rôle important de prescription. Il y a dès lors l'impasse sur ce qui fait l'acceptabilité du spectacle, c'est-à-dire le lieu de spectacle : certes,

« le lieu participe à la qualification du spectacle cinématographique car le spectateur conjugue l'évaluation de ce qui se passe sur l'écran avec l'autocontrôle de ce qui se passe dans la salle. Cette qualification, dans laquelle il engage son corps en tant qu'instrument de mesure, en s'appuyant sur sa sensibilité personnelle pour apprécier ce qui se passe, est la manière dont s'effectue pratiquement « la mise en relation des formes esthétiques et des structures psychologiques » qui définit, d'un point de vue sociologique, une certaine culture artistique »,³⁷³

mais, il apparaît que ce principe n'est pas réellement perçu par les acteurs du champ. Ce principe sera développé par le marketing culturel dans les années 1990, suite au grand succès alors inattendu des multiplexes.

Avant les complexes, il y avait peu de séances dans la journée. Mais les séances étaient longues, avec de très longs entractes où le public pouvait aller dans le bar du cinéma ou alors commandaient des confiseries aux hôtesses. En effet, les séances étaient composées d'actualités, d'un documentaire, d'un court-métrage, les films annonces, la publicité, puis l'entracte avant le grand film. Du coup, même si le film durait une heure et demie, la séance pouvait aller jusqu'à trois heures.

Les complexes ont commencé à faire une logique d'économie sur la programmation – ce qui impliquait à la fois, réduction des coûts et possibilité de multiplier les séances. La logique était désormais orientée sur le seul « grand film ». Et les rituels de salle eux-mêmes, ainsi que la spécificité du public dans les salles de quartier, ont connu rapidement le déclin. C'est une

³⁷³ Leveratto J-M, « Histoire du cinéma et expertise culturelle », *Politix*, n°61, Volume 16, 2003, p.38

logique de centre ville, de grandes villes, d'amateurs éclairés du cinéma qui prend le dessus sur l'approche populaire et la salle comme lieu de vie³⁷⁴.

L'avènement des complexes n'est alors pas dans le registre de singularisation propre aux multiplexes, ou, du moins, pas de manière aussi évidemment valorisable. Le complexe s'inscrit dans un champ orienté sur une logique collective de « coopération », c'est-à-dire une relation concurrentielle mixte (coopération / compétition) où les exploitants combinent différents registres relationnels dans le temps et/ou selon les marchés (géographiquement ou en fonction des films)³⁷⁵. Il y a, en effet, une coopération de court terme, permettant à chaque établissement d'établir un positionnement stratégique et de l'inscrire dans une communauté de projet. Nous voyons alors émerger une logique où les exploitants se spécialisent dans des niches, des programmations plus ou moins spécialisées, ou alors, dans le cas des salles généralistes, l'exploitation d'exclusivités ou de film de seconde main selon les localités. L'articulation esthétique/politique, l'articulation institution / espace public, dans la logique de programmation n'était alors pas du seul fait d'un exploitant isolé, mais une logique engagée par la couverture spatiale des établissements. Pour le dire autrement c'est à travers des programmations spécifiques, proposées par divers établissements dans un territoire donné, que l'on pouvait (plus ou moins) avoir une possibilité d'avoir un spectre large d'offre de films. Édeline, alors président d'UGC et la FNCF fédère tout le champ derrière cette « coopération » et parvient à négocier avec l'État la possibilité d'augmenter le prix des places afin d'assurer la pérennité des petites exploitations. Au final, il s'agit là que d'un moyen de différer la question de l'articulation de l'esthétique proposée à travers la programmation avec le goût du public ; de même, c'est totalement faire l'impasse sur les mises en scène du spectacle cinématographique.

En effet, concrètement, la mise en place de complexe implique une valorisation très particulière du spectacle cinématographique. D'une part, certes, cela contribue à maintenir l'image du cinéma comme vecteur de modernité, notamment dans la manière dont sont décorées les salles rénovées ou nouvellement bâties. Néanmoins, les complexes impliquent une réduction de la taille des salles, afin de garantir un plus grand nombre d'écrans et donc de films proposés. Il s'agit d'une baisse de la qualité de la salle au profit d'une plus grande

³⁷⁴ À ce titre, Montebello rappelle, avec justesse, que les critiques à l'encontre des multiplexes – comme supermarchés de la culture – avait déjà été prononcé à l'égard des complexes. Mais, évolution d'économie se faisant, ce sont désormais les complexes qui apparaissent comme défenseurs de la culture.

³⁷⁵ Roy P ; et Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », in. *Revue française de gestion*, 2006/8, n°167

offre : l'objectif étant de fidéliser toujours plus le public. Les référentiels sont alors considérablement modifiés et, par là même, la pratique cinématographique ne se distingue de la pratique télévisuelle que principalement par son coût d'accès et par le fait qu'elle projette une programmation actuelle et/ou inédite à la télévision (donc par son caractère « distingués »).

Il est évident que cette stratégie a beaucoup souffert lors de la privatisation des chaînes télévisuelles, de l'apparition successives de chaînes à péage puis du câble : le champ de l'exploitation ne pouvait pas concurrencer le florilège d'offre télévisuelle et ne proposait finalement peu une expérience manifestement différente. C'est que l'organisation du champ était trop autocentrée et ne prenait pas en compte les dimensions expérientielles de la télévision. Loin d'être conduits à une définition plus claire de leur mission et de ce qu'est le spectacle cinématographique, le champ a eu tendance à radicaliser le rapport de lecture aux films et a centré le travail de médiateur sur la logique d'offreur.

Ne plus faire que de l'offre de film et mépriser les logiques (ancestrales) de spectacle populaire ne pose pas simplement un problème d'ordre stratégique. Claude Forest a déjà démontré la nécessité d'augmenter les tarifs par exemple³⁷⁶. Il s'agit, à proprement parler d'un effet de désolidarisation d'éléments dialectiques, séparant notamment l'esthétique et le politique. Plus précisément, ces éléments ne sont pas séparés, mais camouflés, mis à la discrétion du spectateur. C'est alors au spectateur de prendre en charge cette articulation qui, jusqu'alors lui était exposée. Dès lors, en deçà, en préambule, de toute délégation de pouvoir esthétique dans la salle, le spectateur doit déjà prendre en charge (ou faire preuve de) pouvoir politique en assumant sa position au sein de l'espace ; phénomène qui est exprimé à travers le choix du film et de la salle (et, antérieurement, dans le fait d'aller au cinéma).

Dans cette logique opaque et biaisée, le spectateur appréhende de manière plus ambiguë le rapport singulier/collectif propre à la médiation culturelle. Comme s'il s'agissait avant même de rencontrer le collectif, d'assumer sa singularité. Et, à ce titre, nous verrons un peu plus loin que certains dispositifs de marché y contribuent. Ainsi, à la logique économique bicéphale, à deux vitesses, entre les futurs multiplexes et les salles *art et essai*, que la crise a engendré, se joignent des valeurs *pharmakons* auxquelles le sujet est confronté, où la rationalité des discours et des usages s'engage dans une des deux dimensions de l'expérience, ignorant les déterminations de l'autre dimension qui, implicitement, devient la dimension déterminante.

³⁷⁶ Forest C., *La dernière séance...*, op.cit.

ii. L'art et essai : un « retour aux sources » biaisé

Il faut comprendre que la logique des réseaux *art et essai* s'appuie sur la reconnaissance du caractère artistique du cinéma par l'État. Elle est dans la poursuite de l'activité des ciné-clubs qui étaient depuis longtemps actifs, mais officiellement reconnus qu'en 1949. Ce n'est que deux ans après la fondation de l'AFCAE que l'État, en 1957, commence à soutenir un cinéma *d'art et essai*. L'on pense bien souvent que la cinéphilie passe par les ciné-clubs, mais c'est ignorer que des salles commerciales ont également essayé de faire des programmations dites « de qualité ». Du reste, le grand conflit entre les salles art et essai et les autres salles consiste dans la définition de ce qu'est la « qualité » ; or celle-ci se caractérisera principalement par la qualité des films programmés et non pas par la qualification du « service » proposé par l'exploitation.

Si l'État a fortement contribué à la pérennité du réseau *art et essai*, l'affaire Langlois assombri considérablement les relations entre le réseau et les pouvoirs publics. Et les conséquences sont particulièrement importantes :

« C'est tout un pan de l'action potentielle sur le plan culturel du ministère qui se trouve en quelque sorte soumis à une censure. D'un autre, côté, cela instaure pour longtemps dans les « représentations » de la profession l'idée que l'État est le « méchant », qu'il ne peut vouloir que du mal à la Cinémathèque : le repoussoir « étatisation » de l'institution. Résultat : le ministère va manquer pendant longtemps dans le cinéma d'une véritable institution culturelle comme dans les autres domaines artistiques »³⁷⁷.

Et ce problème engage moins l'État que le champ lui-même qui s'inscrit dans l'illusion d'être autosuffisant, la dimension patrimoniale étant dès lors assurée et symboliquement déléguée aux salles *art et essai*. Or, si Malraux décide de congédier Langlois de la *Cinémathèque Française*, ce n'est pas tant pour des problématiques esthétiques ou politiques que, précisément, pour des problèmes de gestion – d'importants fonds sont alloués, mais la gestion est opaque et la cinémathèque profite avant tout à un public très restreint. Cette approche contribue à une définition problématique de la pratique spectatorielle – définition toujours aussi problématique aujourd'hui, au vu notamment des enquêtes de Michaël Bourgatte, dans le cadre de sa thèse de doctorat³⁷⁸. Cette thèse est intéressante en ce qu'elle articule la

³⁷⁷ Vernier J-M, « L'État français à la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention à sa dissolution gestionnaire », *Quaderni* n°54, Printemps 2004, p.103

³⁷⁸ Bourgatte M., *Ce que fait la pratique au spectateur. Enquêtes dans des salles de cinéma Art et Essai de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur*, thèse de doctorat dirigée par E.Éthis, 2008, disponible sur :

<http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00369730/fr/>

consultée le 20 mai 2010

question des modalités d'organisation de la sortie en salle de cinéma et la question de la représentation autour de l'art et essai.

Dans sa conclusion, Bourgatte définit la mission de l'exploitation de la manière suivante :

« La salle de cinéma (et à plus forte raison, la salle Art et Essai) fonctionne donc comme un transmetteur. Elle met en relation, dans des conditions optimales de visionnement, les spectateurs et les films, mais aussi les spectateurs entre eux, en particulier des publics qui, à un moment donné de leur vie, (re)considèrent le cinéma, son identité culturelle, sa dimension socialisante et sa potentialité distinctive »³⁷⁹.

Mais, le plus intéressant est ce qu'il entend par « conditions optimales de visionnement » dans la note de bas de page :

« Nous entendons, par « conditions optimales de visionnement », le fait de se rendre en salle et de voir les films sans possibilité de s'adonner à d'autres activités, comme c'est le cas à la maison (manger, téléphoner, discuter, etc.), assis dans le noir, face à un grand écran et avec des conditions sonores de haute-fidélité. Il n'y a, ici, aucun jugement sur la dimension qualitative des équipements »³⁸⁰.

C'est pourquoi nous pouvons parler ici de mise en valeur de cinéma pictural, de l'art de regard. Toute la logique de socialisation, toute la relation symbolique est articulée autour du regard, nonobstant par là même tout l'héritage populaire du cinéma. Cela implique, dans le travail de médiation, une triangulation spécifique entre le film, l'exploitant et le public. Dans cette mécanique, ce que Bourgatte appelle « l'être spectateur » (c'est-à-dire l'état temporaire dans un contexte de socialisation particulier : la pratique cinématographique) s'enracine dans une logique très précise.

Cependant, cette logique n'apparaît évidente que par un effet de mimétisme au sein du champ, puisque, précisément, il y a une relative opacité quant à la définition de *l'art et essai*. *L'art et essai*, comme pratique, doit prendre en compte de multiples axes problématiques : il existe plusieurs formes *d'art et essai*, et la définition en saurait se résoudre ni simplement aux films véhiculés, ni simplement à la pratique en tant que telle et encore moins à la représentation de l'art et essai au sein de l'espace public qui, précisément, exprime la confusion générée par les deux premiers points. Bourgatte propose intelligemment une définition en plusieurs points. D'abord, cette notion renvoie à

« des salles qui, dès l'origine, ont pour objectif de s'ouvrir à la diffusion de films qui intéressent peu « l'exploitation traditionnelle » et de les populariser alors qu'ils sont jugés « difficiles » par les circuits commerciaux dominants. Sachant que la plupart des salles Art et Essai, pour des raisons d'équilibre

³⁷⁹ *ibid.*, p.349

³⁸⁰ *ibid.*

budgétaire, mais aussi pour satisfaire l'ensemble des publics, diffusent à la fois des films recommandés et des films non recommandés, on peut donc en conclure que ce qui les caractérise avant tout, c'est bien un désir de proposer une offre diversifiée aux spectateurs »³⁸¹.

C'est ici la logique de diversification de l'offre qui semble privilégiée versus un effet de *distinction*.

« *L'Art et Essai renvoie, en second lieu, à des films soit d'art, soit d'essai, puisque cette notion est issue d'un assemblage fortuit entre ces deux mots d'« art » et d'« essai ». Le premier fait référence à des films dont on pressent une beauté immanente. Mais plus largement, il introduit la notion d'auteur et la domination de son savoir-faire ainsi que de son enthousiasme (au sens antique) sur la technique. Le mot « essai » pose, quant à lui, l'idée d'une tentative en rupture avec le flux continu des productions. Finalement, dans les sept lignes qui viennent définir institutionnellement ce qu'est l'Art et Essai, on retiendra une seule idée fondamentale : celle de la nouveauté introduite par la production (en mettant de côté, bien entendu, l'attribution de recommandations pour certains films du patrimoine cinématographique)* »³⁸².

Il y a dès lors une construction de *l'art et essai* dans l'espace public comme un cinéma hors convention, alors que, de fait, il reste un cinéma conventionnel. C'est que la convention devient alors celle du marché, celle du réseau d'exploitation « qui ne prend pas de risque ». C'est par un effet dialectique – en opposition à cette norme donnée – que se définit *l'art et essai* et sa pratique spécifique, et, dans le prolongement de cette pseudodéfinition, l'investissement affectif et psychique de communauté, d'autorité.

Au sujet de la communauté des spectateurs *art et essai*, Bourgatte pointe un fait que l'on ne retrouve pas dans d'autres types de cinéma, à savoir la dimension « citoyenne » de ses membres, le fait qu'ils n'hésitent pas à s'exprimer dans le champ du politique lorsque les salles *art et essai* sont menacées. C'est qu'il y a ici reconnaissance de la nécessité de l'autorité de l'exploitant au sein d'un espace donné. Il est à noter que, parfois, la logique de défense de ces salles se fait sans prendre en compte la logique politique qui a conduit la salle en situation de crise³⁸³.

³⁸¹ *ibid.*, p.360-361

³⁸² *ibid.*, p.362

³⁸³ Le premier grand exemple d'un grand mouvement de défense – quasipolitique – pour défendre l'art cinématographique des décisions politiques est évidemment celui de l'affaire Langlois en début 1968. Les cinéphiles de la cinémathèque ainsi que nombre de jeunes inéastes se sont insurgés contre la décision de Malraux ; ne prenant pas en compte l'argumentation de ce dernier, ni les dérives de Langlois lui-même. Depuis, beaucoup de salles art et essai emploient la rhétorique du David contre le Goliath (ou contre la Nomenklatura) lorsqu'il y a un différend avec la politique locale. Claude Forest évoque notamment le réseau Utopia contre la ville Bordeaux. Cette dernière, voyant la réussite économique de la salle a décidé qu'il n'était plus nécessaire de lui prêter gracieusement le parking annexe, et proposait de lui louer l'espace ; faute de reconnaissance envers une entreprise qui participe au développement locale selon la salle !

C'est que la mécanique d'autorité s'effectue par un effet de légitimation entre le film et la salle : le film est diffusé par la salle et acquiert une légitimité, le film confère par sa diffusion la légitimité de la salle³⁸⁴. Et, finalement, dans cette logique, la différence entre « films porteurs » et autres est simplement que le film dit « porteur » a déjà un certain nombre de valeurs qui font qu'il nécessite moins la valorisation par la salle (en revanche, il contribue grandement à la valorisation de la salle).

La logique définitionnelle de *l'art et essai* est donc opaque, et apparaît plutôt comme le produit d'une *performativité*. Celle-ci a permis au réseau de se développer, permettant d'ailleurs une bonne couverture du territoire. Il demeure cela dit un problème d'aliénation que Bourgatte résume de la manière suivante :

*« Les individus sont, en effet, sous le joug des représentations qui circulent dans l'espace social à propos de l'Art et Essai. Ces représentations confèrent aux salles classées et aux œuvres recommandées une force aliénante au sens où elles exercent des pressions sur les individus. Ces derniers peuvent être désireux de tirer parti de l'intelligibilité du monde qu'ils pensent atteindre par l'Art et Essai. Ils peuvent aussi être honteux ou indifférents de ne pas en tirer parti : cette seconde posture est variable car elle dépend à la fois de la lecture qu'ils font des représentations de l'Art et Essai et à la fois du niveau de compréhension qu'ils en ont. Les individus peuvent enfin rejeter leur participation à la communauté des spectateurs de l'Art et Essai. Mais dans tous les cas de figure, ils se socialisent ; cela se fait seulement sous des formes différentes. En somme, ils intègrent ou non la communauté des spectateurs de l'Art et Essai en fonction de l'attitude qu'ils adoptent »*³⁸⁵.

Et les tensions propres à cet effet d'aliénation se retrouve d'une part dans le développement de la pensée minoritaire, ainsi que dans ce que l'on pourrait appeler la « sémiotique de l'exigence ».

Pour le premier point – le développement de la pensée minoritaire – le travail d'Olivier Alexandre sur le réseau *Utopia* donne un exemple intéressant³⁸⁶. Il s'agit déjà de définir ce que l'on appelle la « promesse de cette entreprise » : celle-ci naît dans les années 1970, où le moteur de la création est plus culturelle et politique qu'économique. L'entreprise s'enracine dans l'expérience de l'articulation entre expérience de cinéma et implication dans

³⁸⁴ Pour mémoire, l'estampillage « art et essai » sur un film se fait généralement après sa sortie en salle ; de même, c'est en fonction du nombre de films estampillés diffusés dans l'année que la salle peut prétendre au statut « art et essai ».

³⁸⁵ *ibid.*, p.364

³⁸⁶ Alexandre O., *Utopia. À la recherche d'un cinéma alternatif*, L'Harmattan, 2008

les luttes collectives ; d'autre part, elle vise plus une communauté qu'elle ne se considère comme associative, autrement dit, ses conditions d'existence sont indéterminées et contingentes. Le succès de ce réseau tient peut-être sur un malentendu : loin des préoccupations politiques, l'essentiel du public est motivé par la programmation, la localisation des salles. Mais, de ce malentendu résulte la survie de cette entreprise : il s'agit de défendre une manière particulière de voir les films de cinéma et si les exploitants sont dans une logique pleinement politique, l'essentiel du public convient, au moins, de la lutte contre l'hégémonie des grands circuits. C'est dire s'il y a dès lors une sphère de négativité au sein même du champ d'exploitation. Et cet accord, plus ou moins implicite se retrouve notamment dans l'usage de rester assis pendant le générique de fin de film : il s'agit précisément d'une mise à distance à la logique du cinéma comme divertissement. Cet accord implicite permet de légitimer l'entreprise militante du réseau et notamment participe à sa reconnaissance comme lieu de pouvoir culturel.

Cependant, justement, l'auteur voit ici une logique qu'il qualifie « d'injonction paradoxale » : on blâme le marché tout en y participant, même s'il s'agit d'une participation alternative. De même, pour le public, loin de l'injonction surmoïque du « *jouis !* » propre au cinéma de divertissement, l'aliénation n'en est pas moindre : il devient valeur pour l'accumulation de lien social et de mobilisation politique pour le réseau. Autrement dit, il participe du discours de l'entreprise.

En effet, si *Utopia* arrive, par le biais d'évènements et de partenariats, à toucher de temps à autres un public un peu plus large que son public de fidèles, cela se fait de manière statistiquement mineure. De surcroît, cela n'apparaît pas comme une priorité et une évidence statistique auprès des « responsables ». C'est avec beaucoup d'attention qu'Olivier Alexandre a étudié les principes fondateurs de ce réseau, leur mise en pratique et l'institutionnalisation de ce réseau. Ce faisant, ce réseau entre en contradiction (partielle) avec ses propres principes. Cependant, les principes eux-mêmes portaient en leur sein des ambiguïtés. Dans le chapitre « L'ambivalence de l'institution », Alexandre nous présente les trois éléments clefs qui composent la normativité d'*Utopia* : la lutte contre la normalisation, la recherche d'une ouverture du *visible* et le refus de « marchandisation » du monde. « *Or l'opposition systématique à la normalisation découle d'une forme de normalisation* »³⁸⁷, nous dit l'auteur. Il a raison. Cela s'explique assez simplement : dans pareille démarche, on ne fait que retourner les termes, et l'on oublie que la pensée dialectique doit inscrire en son sein la

³⁸⁷ op.cit., p.193

relation entre les termes. Autrement dit, au lieu de participer d'une réelle médiation, qui doit se concentrer sur ce qui fait le lien, le réseau *Utopia* ne fait qu'affirmer un point de vue (restreint) de la pratique cinématographique. La démarche est en ce sens comparable à celle des « marchands » dans le sens où elle n'en est que l'opposée (Alexandre parle ici d'une normativité basée sur le modèle « artiste ») : la valeur n'est pas déterminée par le caractère populaire, mais par *l'artisticité* de l'auteur, l'important est moins de problématiser la sociabilité que d'affirmer son point de vue dans une sociabilité donnée...

Le spectateur est ainsi déjà engagé dans une certaine conception du cinéma. Dans la programmation d'*Utopia*,

*« le visible qui est célébré est celui du « film d'auteur » ouverts sur « l'ailleurs » et souvent venus d'ailleurs. Rompant avec la routine existentielle des spectateurs, ils sont assimilés au « voyage ». Ce rapprochement se justifie à chaque fois qu'il est question d'œuvres poétiques, car elles seules transfigurent le monde sans le dénaturer, suscitent la contemplation et la méditation »*³⁸⁸.

Cette pratique n'est ni nouvelle, ni isolée et s'inscrit dans une grande tradition apologétique. Autrement dit, « la pensée de l'alternative » est ici pleinement dans les canons de la conception culturelle bourgeoise dont Bourdieu a fait plusieurs analyses critiques encore d'actualité. Tout se présente de telle manière qu'implicitement, il n'existe finalement pas d'alternative entre la marchandisation de la culture et les canons bourgeois. Inutile de préciser, de surcroît, à quel point la lutte contre la marchandisation de la culture, souvent récupérée par les élites politiques et économiques, a un caractère majoritaire voire consensuel. Par ailleurs, par apport à la question de la lutte contre la marchandisation de la culture, nous voyons apparaître l'ambiguïté de l'entreprise d'*Utopia* :

*« les valeurs de ses membres ont une dimension majoritaire alors même que leurs pratiques ont un caractère minoritaire. Leur tentative de donner un prolongement concret à une posture critique fonde l'exemplarité et la popularité d'Utopia. L'entreprise participe singulièrement à une forme d'emprise idéologique. Si ses animateurs ne sont plus écoutés, c'est qu'à travers eux la voix du On s'exprime, qu'ils énoncent ce que la majorité, expression du rien qui n'appartient à personne, sous-entend. Mais en appliquant ce que beaucoup s'accordent à penser tout bas, Utopia développe une pratique des plus ambiguës, participant à la police idéologique tout en travaillant à sa concrétisation politique. En ceci, son discours incarne la police des esprits d'une France ni d'en haut, ni d'en bas mais du centre (...) »*³⁸⁹.

Ce rapport ambiguë à l'alternative et au pouvoir s'explique de deux raisons complémentaires. D'une part, *Utopia* insiste sur le fait que le rapport au *visible* (par les films que l'on va voir)

³⁸⁸ *ibid.*, p.194

³⁸⁹ *ibid.*, p.196

participe non seulement d'une expérience esthétique, mais également politique. Ce sont effectivement des regards qui changent, des idées nouvelles ou différentes auxquelles le spectateur peut se confronter. Mais la normalisation des choix de programmation conduit le spectateur non pas simplement à s'identifier à des regards différents, mais, avant tout, aux conceptions alternatives *d'Utopia*. Attention, il ne s'agit pas de dire qu'un spectateur *d'Utopia* doit nécessairement avoir des opinions politiques du type LCR, mais qu'*Utopia*, normalisant sa programmation, affichant un discours de manière aussi vive, implique un jeu d'identification (qui dépasse et occulte la stricte expérience esthétique); le spectateur est ainsi engagé dans une cause (qu'il peut suivre ou non) qui dépasse très largement le cadre du rapport au film. Son attention au film est donc déjà plus ou moins dirigé, catégorisé. La question de sociabilité, les problématiques politiques ne découlent plus de la réflexion sur l'expérience esthétique : elle l'absorbe. Par ailleurs, ce brouillage, cette difficile séparation entre la sphère esthétique et la sphère politique dans l'identification *d'Utopia* a conduit à nombres de désagréments, notamment de rumeurs politiques concernant quelques-uns de ses animateurs (Patrick Troudet apparaît dans *l'Expansion* comme un des hommes d'influence à Bordeaux, suspicion que le réseau *Utopia* soit un sous-marin de LCR...).

Dernier point, la manière dont survit l'entreprise. Celle-ci doit nécessairement s'institutionnaliser pour assurer une pérennité. Cependant, la mécanique d'institutionnalisation n'est pas nécessairement dans le même registre que la vision que les créateurs de l'entreprise avaient. Ici, elle vide la vision de son contenu et la continuité de l'*éthos* de l'*Utopia* déborde le cadre strict de l'entreprise :

« les « projections-débats » *d'Utopia*, les Forums Sociaux Locaux (FSL) et les manifestations culturelles du KO Social sont trois exemples de ces communautés événementielles, qui fondent espaces économiques, culturels, sociaux et politiques le temps d'un rassemblement éphémère »³⁹⁰

et qui permettent la survivance de l'entreprise. L'analyse que l'auteur fait de ces événements est particulièrement éclairante de la manière dont *Utopia* se met en scène, met en scène diverses problématiques et de la manière dont le spectateur est « engagé ». Au sein de ces événements, il y a un certain nombres de normes minimales et implicites :

« les représentations pessimistes y tiennent lieu d'évidence et d'a priori à la discussion. Ces regroupements ne dérogent pas à la règle maîtresse de la radicalité selon laquelle l'insatisfaction est un préalable à l'action. (...) Dans les débats organisés, la critique, virulente et solidarisante, est ritualisée »³⁹¹.

³⁹⁰ *ibid.*, p.199

³⁹¹ *ibid.*, p.202

En voici un bref aperçu :

- Il y a une critique systématique du Ils, c'est-à-dire des puissants et pareille critique a une fonction cathartique et fédératrice ;
- L'absence de décision est gage de la cohésion du groupe (toute pratique contraire à cette règle implique automatiquement suspicion de récupération).

Et Alexandre de conclure :

« Ce trait est révélateur d'un changement profond de la fonction critique. Elle sert davantage à exposer les facteurs de désillusion qu'à poser les principes d'une nouvelle entreprise »³⁹².

Le témoin est donc engagé dans un débat mélangeant le global et le local, sans moyen de vérifier les informations ; la confusion est le moteur même de ce désir de rassemblement. Le droit de parole ne doit pas se substituer à la priorité du rassemblement. C'est la grande circulation de ces capitaux non-économiques qui permet la conservation de l'entreprise ; ce qu'Alexandre considère comme périlleux si une telle accumulation devient privilégiée au détriment de l'accumulation de capital économique. Pourquoi ? Pour une raison bien simple : l'accumulation de capital économique implique de s'intéresser au plus grand nombre, de faire venir plus de spectateurs, donc de proposer une offre un peu plus différenciée ; se concentrer sur le capital symbolique implique, a contrario, une plus forte politisation de la démarche, subsumant un plus fort engagement symbolique du spectateur.

Évidemment, toutes les salles *art et essai* ne partagent pas les principes d'*Utopia* et n'ont pas un positionnement aussi radical. Cependant, ce réseau a pris une grande importance au sein de l'espace public cinématographique. De même, c'est la radicalité d'*Utopia* qui montre – par l'excès – des tendances existantes dans les réseaux art et essai, la manière dont ils tendent à méconnaître les problématiques propres à l'articulation institution / espace public et à y glisser des valeurs *pharmakon* qui ne sont que le pendant spéculaire des valeurs *pharmakon* du marché. Autre manière de dire que l'engagement du spectateur d'*Utopia* n'est que le radical opposé de celui du marché, tout aussi problématique en ce qu'il affirme le *conatus* et fait l'impasse sur la question du désir et de l'épreuve de la sociabilité.

Cette remarque permet de faire le lien avec ce que l'on nomme « sémiotique de l'exigence », c'est-à-dire une accumulation de signes complémentaires à la programmation et qui expriment l'effet de distinction de la salle, l'identité du spectacle. Il est certes à noter les difficultés économiques que rencontre un exploitant qui vise à réaménager sa salle.

³⁹² *ibid.*, p.203

Néanmoins, beaucoup de salles *art et essai* – et principalement dans les grandes villes – ne visent pas spécialement à changer leur dispositif. Que cela soit en termes de décoration, d'architecture, ainsi qu'en termes de « services annexes » à la séance, comme en termes de communication. Nous prendrons deux grands exemples : les CNP à Lyon et *Les variétés* à Marseille d'une part (parce que ces établissements appartiennent à un seul et même propriétaire), et, d'autre part, *Le Majestic* à Lille.

L'ensemble de ces établissements proposent une programmation plus ou moins « pointue » – dans le sens où les films ne bénéficient pas d'une grande notoriété. La mise en scène de la communication sur ces films est généralement composée de l'affiche avec des extraits de critiques photocopiées et punaisées avec les horaires de séance. Les salles des CNP apparaissent comme particulièrement inconfortables – et, qui plus est d'une qualité radicalement différente d'une salle à l'autre, mais toujours avec les mêmes tarifs de base – voire avec des conditions de projection réhébilitaires (une salle a notamment un écran d'une très petite superficie). Autrement dit, les établissements gérés par Moravioff sont l'expression caricaturale des complexes des années 1960-1970 et n'ont pas connu de réaménagement notable depuis. La devanture de ces établissements a, par ailleurs (et que ce soit à Lyon comme à Marseille), conservé les codes visuels de cette époque.

Nous pourrions croire qu'il s'agit d'un cas exceptionnel, relatif au propriétaire des lieux. C'est en partie le cas – nous reviendrons en partie sur quelques problèmes liés à cet entrepreneur et en quoi il est l'illustration d'une problématique que l'on retrouve chez beaucoup d'autres exploitants. Mais, une analyse faite par des étudiants de Lille 3 en Culture et Média rend compte de constats à peu près similaires³⁹³. *Le Majestic*, plus récent, s'est positionné sur des codes visuels plus proches de ceux des cinémas MK2 à Paris : bâtiment rouge, nom du cinéma souligné par un néon rouge... L'exigence est moins radicalement exprimée – dans le sens où elle ne l'est pas en termes de rigueur et de sobriété, mais dans le sens où elle exprime autrement les effets de *distinction* propres à l'art et essai. L'entrée est exigüe et conduit très directement aux salles de cinéma ; mais il comprend tout de même trois caisses, dont une spécialement affectée aux confiseries. La chose notable est le contenu de cette offre en confiserie : lait de soja bio, coca bio... De ces deux premières remarques, il est à noter une porosité importante entre les programmations de salles *art et essai* et celle des

³⁹³ Il s'agit de travaux que j'ai initié et encadré dans le cadre de TD « Espace public et diffusion culturelle » en Licence 2.

circuits plus « conventionnels »³⁹⁴ : le *Majestic* a diffusé cet hiver le dernier *Harry Potter* (au même titre que le *Comoedia*, à Lyon, qui répond à tous les quotas et prérequis pour être une salle *art et essai* a bien diffusé le dernier volet de la série des *Batman*). La différence notable, dès lors, en termes de programmation est dans l'emploi de la V.O. sous titrée. Par-delà la question de l'accès le plus proche à l'œuvre originale, nous pouvons y entrevoir également un effet de *distinction sociale*³⁹⁵. En effet, Philippe Coulangeon, dans son dernier ouvrage propose un schéma explicatif des effets de *distinction sociale* où celle-ci ne s'effectue pas seulement sur l'opposition culture populaire / culture légitime, mais également dans les manières mêmes d'accéder à la culture et en ce qu'elles donnent à voir les capacités du sujet distingués : autrement dit, est distingué le fait de voir le film en V.O. et est populaire le spectateur qui le voit en V.F.³⁹⁶

Ainsi, beaucoup de salles *art et essai* se sont habituées au phénomène de distinction sociale qu'elles considèrent comme une norme relative. Il suffit de voir en annexe les plaisanteries à cet égard du directeur du Ciné à Quiberon, mais, dans un registre moins comique, la manière dont d'autres exploitants interviewés reprennent en charge les discours pseudopopulaires de l'élite culturelle des années 1920 (et, dans le prolongement, celui de la Nouvelle Vague)³⁹⁷.

Ces ensembles problématiques sont des expressions et des résultats de l'organisation du secteur et du positionnement des différents exploitants. Il est important de souligner que toutes les salles *art et essai* ne participent pas de ces principes. Il s'agit juste de pointer l'opacité du secteur et les débordements que cela peut engendrer. À ce titre, il s'agit ici de souligner de deux dernières remarques qui illustrent l'opacité du secteur vis-à-vis de ses problématiques et vis-à-vis des agents hors de ce champ ; autrement dit, des conatus purs au sein du champ.

D'une part, les exploitants *art et essai* tendent assez souvent à établir une stratégie et une perception basée sur la seule logique du métier, et non pas de filière. C'est à ce titre que les

³⁹⁴ L'on retrouve par ailleurs ce constat auprès de certains professionnels. Il suffit de voir le dialogue de l'annexe 2 ou les propos d'Antoine Glémain recueillis en annexe.

³⁹⁵ Nous reviendrons sur ce point en troisième partie.

³⁹⁶ Coulangeon P., *Les métamorphoses de la distinction : inégalités culturelles dans la France d'aujourd'hui*, Paris, Grasset, 2011. À ce titre, voir aussi la critique cinglante, quoique plus empirique, du rapport des parisiens à la V.O. in. Magny O., *Dessine-moi un parisien*, Paris, 10/18, 2011.

Il est à noter la singularité du *Majestic* : il s'agit d'une salle *art et essai* en partenariat avec l'UGC l'avoisinant. Cet effet de distinction est donc couvert par l'ensemble du secteur.

³⁹⁷ La troisième partie de la thèse sera partiellement consacrée à une analyse des différents entretiens établis dans le cadre des recherches. Nous retrouverons donc ces questions dans quelques dizaines de pages.

multiplexes sont apparus comme un véritable choc : les grands circuits pensent de plus en plus (ou, plutôt, à nouveau) en termes de filière. Du coup, les stratégies d'exploitation ne sont plus du tout les mêmes, puisqu'elles ne prennent pas l'exploitation comme fin, mais comme élément d'une économie bien plus vaste. Face à ce problème, les salles s'organisent en circuits, mais il s'agit encore d'une logique de métier ; et elles réfèrent aux fédérations – FNCF, AFCAE – qui peinent à comprendre l'évolution du secteur. Du coup, le champ de l'exploitation art et essai est tiraillé entre des salles qui envisagent très directement le numérique et celles qui souhaitent maintenir un *statu quo*.

L'on rejoint ici la deuxième remarque : la tendance au régime de rente. Le système de soutien français, quoique très complexe, n'est pas incitatif à des initiatives de développement ; de même, dans la recherche d'un soutien à la diffusion de film art et essai, il ne permet pas nécessairement de prendre en compte la spécificité locale. C'est pourquoi, d'ailleurs, les critères du CNC sont revus très régulièrement et se spécifient toujours plus en multipliant les catégories (films de patrimoine, recherche, jeune public, etc.). Il est à noter que des aides substantielles peuvent être accordées sitôt que l'établissement se trouve dans un lieu un peu isolé et qu'il s'inscrit dans au moins une de ces catégories. L'établissement peut alors survivre, bon an mal an, malgré la très faible attractivité qu'il peut avoir. Dans une autre logique, dans les métropoles, la logique d'exigence et de projection de films dits « pointus » n'est assurée que parce que le bassin est suffisamment large pour qu'il y ait toujours un public captif. L'un dans l'autre, se sont souvent des approches très traditionnelles du cinéma qui sont déployées et qui travaillent souvent en partenariat (notamment au sujet du jeune public) que par bénéfice purement économique.

Nous comprenons bien que la structuration actuelle du réseau art et essai est elle-même divisée. Cependant, le discours de légitimation est lui-même très corporatif et orienté sur une sorte de maintien de la logique de soutien par la filière et de maigres enjeux stratégiques qui restent, avant orientés sur la logique de métier.

Toutes les salles de ce secteur n'entrent évidemment pas totalement dans ce principe. Certaines d'entre elles exploitent la logique de réseau horizontale (la logique métier) afin de consolider leurs bases et travailler plus en profondeur leur métier : en ayant une véritable stratégie locale et/ ou en envisager une stratégie de microfilière. Nous reviendrons sur ce point en troisième partie, parce que cela engage une critique profonde l'économie politique et symbolique actuellement à l'œuvre.

iii. La logique des multiplexes versus une logique des indépendants ? Deux aspects consubstantiels du cinéma qui se séparent : le pictural et le spectacle

L'émergence des multiplexes s'est ancré sur deux principes consubstantiels : d'une part, une stratégie de rupture au sein du champ de l'exploitation cinématographique ; d'autre part, une réinterprétation profonde de la pratique cinématographique. Et si nous évoquons ces deux principes comme consubstantiels, c'est parce qu'il s'agit de deux expressions d'une même problématique, à savoir : inscrire l'économie (psychique du consommateur comme budgétaire) dans une logique qui déborde le champ traditionnel. Cependant, nous verrons tout de même qu'il ne s'agit pas d'une révolution au sein de la pratique ; malgré l'apparente innovation, le marché n'est pas totalement bouleversé et la pratique telle qu'actuellement définie par les multiplexes n'est pas totalement contradictoire (différente) de l'approche traditionnelle. Les multiplexes s'inscrivent plus manifestement dans l'économie des industries de contenus qui n'est jamais qu'un marché qui développe et radicalise l'idéologie postmoderne, l'affirmation de *conatus* (puisque la régulation se fait par la consommation). C'est peut-être à ce titre que le champ est ainsi lieu de conflit³⁹⁸.

Pourquoi une stratégie de rupture ? Il faut comprendre que derrière le statu quo du marché se trame une économie à deux vitesses où les grands circuits travaillent à renforcer leur position dominante. Il y a peu de conflit direct entre Pathé, Gaumont et UGC, à part dans les grandes agglomérations. L'on voit même une stratégie de coopération, à travers le GIE (groupement d'intérêt économique) entre Pathé et Gaumont en 1970 : il s'agit d'assurer l'approvisionnement de films dans les deux circuits et développer une politique commune d'expansion. Le GIE comprend, par ailleurs, des coopérations avec des salles séparées juridiquement, mais avec des emplacements stratégiques. Pendant ce temps, UGC préfère une stratégie d'évitement, mise à part des positions hautement stratégiques. La loi de 1982 – suite aux débordements générés par ces politiques et qui ont conduit à la nécessité de constituer un médiateur du cinéma -, interdit ces ententes de programmation entre les entreprises nationales. De même, les années 1980 sont synonymes de crise dans le champ et d'une grande baisse de fréquentation (crise qui n'apparaît pas urgente puisque l'augmentation des prix conduit à un

³⁹⁸ d'ailleurs, l'entretien présent en annexe 6 confirme ce point et permet d'évaluer succinctement les tensions propres au champ. Cf Annexe 6 : « Le conflit de rationalité entre les multiplexes et les salles *art et essai* », p.816

chiffre d'affaire gonflé). Deux types de salles et de stratégies face à cette crise se développent :

- le secteur *art et essai* (alliances, réseaux, regroupements de salles) ;
- *l'oligopole* (Pathé, Gaumont, UGC, Parafrance)³⁹⁹.

La stratégie de l'oligopole est simple : puisque le champ, dans sa globalité, ne peut résorber la problématique suite à la baisse de fréquentation, il s'agit de viser un renforcement de position dominante, réduire les risques liés à la concurrence et, surtout, empêcher de nouveaux entrants⁴⁰⁰. Jérôme Seydoux, alors à la direction de Pathé, regarde les stratégies dans les pays voisins et part du principe que c'est le système d'offre du champ cinématographique qui est défaillant (notamment par rapport aux libertés proposées par le champ télévisuel). Le multiplexe apparaît en 1993 à Toulon et impose un nouveau modèle économique à l'exploitation : logique industrielle, stratégie par les volumes incluant des économies d'échelle avec, en même temps une forte attractivité produite par des équipements de très haute qualité ; chaque entreprise interprète à sa manière le schéma de Kinépolis (CGR l'applique directement, tandis qu'UGC et Pathé ont un travail d'image de marque, notamment par rapport à leur programmation)⁴⁰¹.

À partir de 1993, le champ cinématographique devient bicéphale : des accords implicites se tissent entre les membres de l'oligopole – qui doivent tous veiller à amortir l'installation de leurs infrastructures -, tandis que le champ de l'art et essai fait pression dans l'espace public contre les principes du multiplexe. Cependant ces infrastructures permettent non seulement une forte hausse de la fréquentation, mais, en outre, par le truisme des accords, de protéger les productions des grands circuits. Il y a un point important à souligner : la stratégie collective de protection des entreprises nationales. En effet, l'émergence des multiplexes a conduit à une problématique jusqu'à présent inconnue du champ de l'exploitation : la concurrence avec des entreprises étrangères. La stratégie intersectorielle des groupes consiste à protéger les exploitations contre les investissements étrangers, en faisant appel aux pouvoirs publics déclarant alors que la production et la diffusion de films nationaux seraient alors compromises. Cela a pour résultat la création, en 1996, de Commissions Départementales d'Équipements Cinématographiques, qui ont pour but de sélectionner les projets, en faveur de

³⁹⁹ Roy P. et Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », *Revue française de gestion*, 2006/8, n°167

⁴⁰⁰ Roy P., « Vertus de l'innovation stratégique pour les leaders de marché », *Revue française de gestion*, 2005/2, n°155

⁴⁰¹ Voir à ce titre le schéma du business plan de l'entreprise Kinépolis, cf Annexe 2 : « business plan de l'entreprise Kinépolis », p.812

ceux qui sont déjà installés. Pendant ce temps, le réseau *Art et Essai* est contraint de rénover le parc des salles.

La stratégie de ces grands groupes s'enracine fondamentalement dans une stratégie de filière. Autrement dit, Pathé, UGC, etc., sont des groupes qui comprennent également des productions, des distributions de films. Lorsqu'ils établissent des stratégies et des discours au sein de leurs multiplexes, ils ne visent pas seulement la réussite financière de ces établissements ; ils visent peut-être principalement à valoriser tous leurs maillons au sein de la filière. Cela est particulièrement manifeste dans la manière dont les revues de ces salles valorisent les films issus de leurs productions : UGC prime souvent leurs films par le « label des spectateurs » (label dont ils n'offrent aucun aperçu de la méthode de vote, ni une garantie que ce vote soit celui du public), Pathé fait de longs articles valorisant les films produits et/ou distribués par Pathé, Kinépolis estampille des films d'un « coup de cœur » sans évoquer les motivations.

Il y a eu deux grandes perspectives qui ont été employées. Pathé et Gaumont ont principalement consolidé leurs établissements en augmentant leurs bénéfices sur des marges. En effet, à partir de 2000, Le groupe Pathé a décidé de faire payer les espaces publicitaires au sein de ses établissements : affiches, bandes annonces étaient alors louées. Ce principe a été repris par les autres groupes – y compris MK2 qui apparaît, pourtant, comme le chaînon manquant entre les multiplexes et *l'art et essai* – et hautement rationalisé. Les tarifs de location d'espace de bande annonce s'établissent selon différents critères : la durée, la séance, la position parmi les autres bandes annonces, le nombre de semaines louées... C'est dire si les multiplexes ne sont pas dans une véritable logique de médiation, mais, avant tout, de commerce.

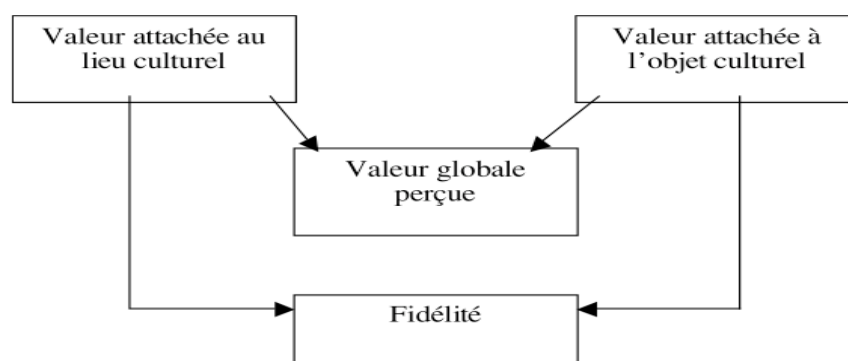
L'autre perspective est celle d'UGC et vise un gain de légitimité économique et de pouvoir en visant une stratégie de volume. C'est, précisément, le principe de la carte illimitée. UGC a renforcé la logique de Pathé, mais en dédramatisant l'importance décisionnelle du spectateur et, dans le même mouvement, parce que plus de spectateurs viennent voir plus de film, le groupe devient un véritable moteur de valorisation des films. Malgré les remous au sein du champ, et l'opposition de principe de l'État et du CNC, UGC a eu gain de cause et le champ s'est positionné sur cette logique. Les années suivantes ont même été témoins de phénomènes de groupage et de partenariat entre ces grands groupes.

C'est qu'au sein même des multiplexes, il y a une séparation qui est comparable à celle entre les salles art et essai. Pathé et UGC ont bouleversé les logiques d'offres pour

maintenir des positions dominantes au sein de la filière et, surtout, pour se distinguer des autres multiplexes (CGR, multiplexes de municipalité, investissements étrangers...).

Néanmoins, par-delà ces différenciations et innovations, les multiplexes dans leur ensemble offrent une mise en scène similaire du spectacle cinématographique. Nous retiendrons deux points majeurs et consubstantiels : *l'événementialisation* du spectacle et la *romantisation* du spectateur.

Pour comprendre *l'événementialisation du spectacle* offert par les multiplexes, il suffit à la fois de saisir les problématiques liées aux notions *d'événement* et de *spectacle*. Un *événement* est un changement d'état, lié souvent à un changement d'un paramètre que l'on peut plus ou moins circonscrire. Tout le problème est de « faire événement » pour le consommateur, inciter dans sa perception à voir de la valeur, un changement d'état généré par sa consommation. L'offre de films dans les années 1980, où la rotation de film devenait plus rapide et diffusé dans des lieux très segmentés a considérablement affaibli la valeur événementielle du film. De même, la sortie en salle apparaissait moins événementielle que l'expression, sans cesse réitérée d'un phénomène de distinction sociale. L'astuce des multiplexes a été de comprendre que si le cinéma est un marché dont le moteur est dans l'offre, l'offre doit moins se consacrer aux films diffusés qu'avant tout à l'espace de l'expérience. Et, de fait, il est notable que les théories de marketing culturel, orientés sur l'espace de médiation, émergent à peu près à la même époque, et dont les grandes idées se retrouvent synthétisées dans le schéma suivant ⁴⁰²:



C'est que la notion même de valeur est transposée de l'objet vers l'expérience du sujet, sachant que cette expérience comprend la contingence de l'objet et du lieu. Ce changement

⁴⁰² Marteaux S. et Mencarelli R., « Positionnement stratégique des entreprises culturelles : proposition d'enrichissement autour du concept de valeur », in *Revue Management et avenir*, 2005/3, n°5, Paris, Management Prospective Editions

implique un certain nombre de conséquences, aussi bien au niveau de la relation de l'offre, qu'au niveau de la réflexion théorique. Les auteurs notent à ce titre trois grands constats :

- le passage d'une valeur d'utilité à une valeur d'usage ;
- le passage d'une conception discrète à une conception factorielle de la valeur ;
- l'utilisation du concept de valeur centré essentiellement sur l'étude des interactions et de la relation entre un consommateur et un produit.

Les multiplexes ne se confrontent alors pas dans un rapport concurrentiel direct avec les autres supports de diffusion, mais visent à une valorisation qui leur est propre.

« C'est en effet la complémentarité entre les différents supports qui doit permettre leur renforcement réciproque. Comme le souligne Creton, des stratégies autocentrées, c'est-à-dire qui ne prennent pas en compte le contexte élargi de la consommation du produit culturel examiné, peuvent conduire au mieux à des succès relatifs ou alors, au terme du processus concurrentiel à l'échec de toutes »⁴⁰³.

Les multiplexes ne visent pas le travail de valorisation du film – ce qui est le propre de la médiation cinématographique au sens classique –, mais s'appuie sur des agents de valorisations extérieurs (critiques, médias) ; cependant, elle peut plus ou moins contribuer à la valorisation du film pour d'autres agents. La valeur ajoutée ne se trouve pas là, et mieux encore, au niveau strictement économique, l'on peut faire économie de cette valorisation. *L'événementialisation* par le film est déjà produite en dehors du lieu de réception – c'est là l'incidence des dispositifs de jugements, des appareillages du marché, dont nous parlerons dans le chapitre suivant - ; c'est alors *l'événementialisation*, la valorisation, par la salle qui devient le principal objectif des mutliplexes.

Cela est d'autant plus pertinent en termes économiques, que cela peut conduire à un certain nombre de consommations annexes qui sont, précisément, ce qui constitue plus de la moitié du chiffre d'affaire des ces établissements. Nous comprenons que la logique est presque la même que celle d'autorité des salles *art et essai* – et d'ailleurs Emmanuel Ethis, dans une enquête sociologique a trouvé une part non négligeable de spectateurs qui se déplacent au multiplexe sans avoir spécialement idée du film qu'ils vont y voir⁴⁰⁴ –, sauf que le discours

⁴⁰³ *ibid.*, p.172

⁴⁰⁴ Ethis E., « La caisse de cinéma : quand il faut décider », in. *Communication et langages*, n°125. Voici un certain nombre de données notables qu'il y développe :

35% des spectateurs accompagnés arrivent devant un multiplexe en ignorant au préalable ce qu'ils vont y voir !!! Il y a pourtant un enjeu déterminant dans le choix du film, puisqu'il en va du sens de « l'être ensemble »... Ainsi le succès d'un film pourrait se jouer dans la file d'attente ?

Que se passe-t'il à ce moment précis ? Cela implique que toute pratique de loisir dite de « sortie » sera, contrairement aux pratiques domestiques, vécue avec plus d'intensité. On ne peut négliger que la multiplicité des espaces de négociations qui sépare le spectateur de cinéma de l'achat de son ticket participe totalement à la création et au conditionnement des dispositifs d'attente de réception de l'œuvre filmique. Le multiplexe en tant

s'implique moins sur le principe de *légitimité culturelle* que sur *l'assurance d'une expérience*. C'est dire s'il faut prendre en compte cette problématique de l'expérience : c'est que nous avons déjà affirmé en première partie, et la manière dont les exploitants doivent porter leur fonction quant à ce problème sera développé en troisième partie.

Par ailleurs, cette expérience ne se limite pas au film – même si le cadre de la salle et la qualité des projections assurent déjà cela –, mais à l'ensemble des activités connexes : restauration, jeux, librairies, DVD... L'astuce consiste à circonscrire – pour le faciliter – l'ensemble de rituels possibles autour d'une séance de cinéma : la braconne par la discussion autour d'un café est substituée par des tarifs réduits dans les fast foods... Et, à travers les partenariats connexes sont appliquées des stratégies de valorisation de la salle et / ou des films qui y sont projetés (par exemple, les jouets du dernier Disney dans le *Happy meal* du *McDonald's* adjacent, permettant une entrée à tarif réduit). La stratégie de communication pourrait d'ailleurs être comparable à celle des annonces pour les produits de luxe : c'est-à-dire que le principe consiste moins à faire venir d'autres consommateurs qu'à assurer le consommateur de la pertinence de son choix, de le valoriser. Mais cela contient une faiblesse : le succès des multiplexes dépend de la préservation de cette valeur par des acteurs extérieurs, par les appareillages de marché.

Les multiplexes arrivent dès lors à créer un *événement* et ce bien au-delà de *l'événementialité du film* lui-même. Il y a une valorisation de l'acte de consommation et donc un discours qui implique le spectateur lui-même dans le processus de valeur.

À ce titre, l'on peut noter deux subversions du principe de *distinction* sociale auxquels procèdent les multiplexes en général. La première subversion est dans l'exploitation des avant premières et des séances en compagnie de l'équipe artistique. En effet, si ces séances extraordinaires sont des pratiques qui étaient, dans le début des années 1990, particulièrement employées par les salles art et essai, c'est qu'il s'agissait d'une part de donner un peu de visibilité au film et, d'autre part, travailler à la médiation entre la réalisation et le spectateur, recréer un lien symbolique, mais également, auprès du public, un moyen de comprendre la

qu'équipement apparaît incontestablement comme un lieu de résolution de l'incertitude car le risque pris lorsque le spectateur indécis se rend au Pathé semble limité par l'infrastructure elle-même.

- 58% vont plus souvent au cinéma depuis le multiplexe, 40% autant ;
- 65,2% préfère aller voir un film attendu, au multiplexe, tandis que juste 19,6% ne se soucient pas de la salle ;
- Quelle raison principale ? Le choix 18,2% ; les très grands écrans 17,4% ; le parking gratuit 16,9%.

signification et la motivation du film. Les multiplexes ont d'abord exploité cette logique événementielle pour valoriser l'établissement : il s'agissait de souligner la capacité du lieu à être au plus près de l'actualité. Cette valorisation est d'ailleurs d'autant plus forte en dehors de Paris qu'elle semble participer d'une reconnaissance culturelle envers la localité. De fil en aiguille, cette logique s'est fixée sur le spectateur lui-même : lui-même profite et participe de cet événement de reconnaissance. La logique tarifaire a donc rapidement pris en compte cette *distinction*. Elle se révèle d'ailleurs parfois très complexe : en effet, selon les établissements, la carte d'abonné permet ou non d'aller voir cette séance et implique parfois un surcoût.

L'autre subversion est celle de la distinction par le contenu. Nous retenons ici deux constats : celui de l'ouverture vers les films *art et essai* dits « porteurs » et, surtout, l'ouverture sur la diffusion d'opéra retransmis. Parce que les cartes illimitées impliquent une plus grande offre de films et que le public dit « cinéphile », c'est-à-dire « art et essai » est le consommateur le plus régulier, il était évident que les multiplexes exploitent une partie de cette filmographie. Et elle l'exploite généralement dans de meilleures conditions de projection que la salle de proximité. C'est que le multiplexe développe ici un discours où il refuse de prendre une position radicale – *commerce versus art* – et exploite la reconnaissance d'une vérité quant à la consommation de film : l'on peut aussi bien aimer Schwarzenegger qu'Alain Tanaire ! Cependant, cette option reste confinée à ce que l'on nomme les films « porteurs », c'est-à-dire – comme nous l'avons déjà dit plusieurs pages plus haut – des films déjà hautement valorisés (soit par l'auteur, soit par des récompenses) par l'institution ou par des appareillages de marché, et non pas de films dits « de recherche » ou même « jeune public » (c'est-à-dire ceux pour ce public en dehors des productions hollywoodiennes)⁴⁰⁵.

L'autre distinction par le contenu est l'exploitation d'opéras filmés (qui laissent entendre le développement d'autres types de contenus). Loin ici de critiquer l'ouverture d'autres types de programmation ; nous voyons simplement cela dans la continuité d'un jeu de segmentation des publics. Voici notamment comment UGC justifie sa proposition de programme « vive l'opéra ! » :

« Mais aujourd'hui, quel est le vecteur moderne accessible à tous, celui qui a su depuis un siècle, véhiculer avec art des histoires d'amour et de haine, de fantasmes, des découvertes, des émerveillements, des

⁴⁰⁵ Un des rares cas de figure qui contredisent ce principe sont le partenariat UGC/MK2 à Paris. Mais il s'agit d'une stratégie propre à la spécificité parisienne : il s'agit de couvrir le territoire de la même manière que les petites salles le font. C'est d'ailleurs pourquoi ils ont essayé d'attaquer les salles du 93 à proximité de la capitale. Par ailleurs, nous voyons parfois des micro-partenariats (très implicites) entre des petites salles et des salles de grands circuits (par exemple l'UGC et le *Majestic* à Lille) : mais il s'agit bien souvent d'un statu quo reculant l'échéance de la fermeture de la plus petite salle.

rêves ? C'est le cinéma, bien sûr ! L'opéra est fait de ces mêmes éléments qui constituent la nature humaine »⁴⁰⁶

il y a là déjà l'effet de rhétorique qui laisse croire que l'on peut mettre ces deux types de spectacle sur le même plan, ce qui signifie que les multiplexes ont réussi à légitimer leur position d'offres de contenu. et il s'agit d'opérer un effet de distinction en introduisant des spectacles à haute légitimité culturelle – souvent accompagné de services annexes distingués (champagne à l'entracte). Comme si le multiplexe se présentait comme un chaînon manquant entre l'opéra et le cinéma comme art populaire ; chaînon manquant aux logiques similaires de « *microdistinction* » que l'on vient de voir au sein même du champ cinématographique. Ce que propose finalement le multiplexe, dans cette formule, est la *mise en scène de rituels de l'opéra*.

Nous comprenons d'ailleurs dès lors où se situe le *spectacle* : il est à la fois dans la qualité de la séance, mais également dans la salle elle-même. C'est là que les multiplexes ont « torpillé » la pratique usuelle du cinéma – qui a eu tendance à occulter ce point pourtant essentiel. Cependant, les multiplexes travaillent moins l'épreuve de sociabilité qu'ils exploitent la sociabilité pour valoriser la singularité de la consommation. C'est-à-dire qu'il y a une marchandisation « au fait d'en être ». Beaucoup d'autres dispositifs de médiation culturelle, aguerries au marketing culturel, et inscrites dans un phénomène de valorisation massive et externe du contenu, emploient déjà ce phénomène : principalement les théâtres et les grands musées parisiens. Qui n'entend pas parler des grandes pièces à Paris ou des expositions au Grand Palais ? Et si le public est plus large que le public moyen statistique des théâtres et des musées, c'est bien parce que la communication incite à la consommation de cette expérience, par-delà même l'importance du contenu. (À ce titre, nous faisons encore une parenthèse en évoquant les analyses satiriques d'Olivier Magny quant au rapport entre les « parisiens » et les expositions (ainsi que les grands films) : il s'agit moins de les voir que d'en parler, voire d'en parler sans même les avoir vus (une sorte de survivance de la remarque de Bourdieu à propos des cinéphiles, c'est-à-dire des individus qui ont l'obligation de connaître les films, parfois sans même les avoir vus)⁴⁰⁷.)

Nous voyons d'ailleurs facilement l'analogie structurelle de ces offres avec ce qui se trame dans les nouveaux médias : c'est à travers une offre d'appel que l'on multiplie les possibilités de consommation différenciée et, ici par effet de contiguïté avec le reste du public, un effet de distinction. Nous souhaiterions d'ailleurs faire une parenthèse sur la distinction générée par

⁴⁰⁶ Alain Duault, « Vive l'opéra ! », vivelopera.fr

⁴⁰⁷ Magny O. *Dessine moi un parisien*, Paris, 10/18, 2011

l'infrastructure à travers l'exemple des restaurants du Kinépolis de Lille. La partie dédiée aux classes élevées (restaurant de standing, café haut de gamme...) se trouve au rez-de-chaussée, tandis que le niveau inférieur est consacré à l'approche populaire (sodas, jeux...). C'est dire si la massification dans l'offre ne vise pas une démocratisation culturelle, mais précisément une logique de reproduction des rapports sociaux.

Ces logiques s'accompagnent d'effet de discours positionnant le spectateur non pas comme sujet, mais comme *individu*, c'est-à-dire qu'il y a une *romantisation* du spectateur. *Romantisation* entendue ici comme réactualisation des idéologèmes romantiques, mais également dans l'acception de la narrativité. D'une part, il y a une *dérresponsabilisation* du spectateur vis-à-vis du choix du film. Mieux, ce choix peut être facilité par un certain nombre de dispositifs électronique qui remplacent progressivement les postes de caissiers. Que ce soit sur les bornes automatiques ou sur les sites Internet (permettant de payer à l'avance la séance et d'imprimer en coupe-file ses billets) le choix peut être assisté par des propositions alternatives basées sur l'historique de l'utilisateur et/ou sur les catégories préconfigurées. Cette pratique n'est pas isolée, mais inscrite dans une logique de valorisation du film bien plus grande que nous retrouverons dans quelques pages, à propos des dispositifs critiques. Le parcours de choix est moins le produit d'une démarche réflexive – appuyée parfois de rencontre à l'altérité – que la narration d'événements successifs dont les occurrences deviennent significatives.

Autrement dit, il y a des stratégies de discours qui tendent à laisser croire au spectateur sa singularité. Cette narrativité, cette stratégie de singularisation est évidemment le pendant des effets de massification dans l'offre. Un bon exemple est le texte promotionnel pour les cartes d'abonnements au cinéma Les 3 Palmes de La Valentine à Marseille⁴⁰⁸. D'une part, l'on ne parle pas de carte d'abonnement, mais de « carte d'accréditation » ; autrement dit, le possesseur a passé un niveau de contrôle, attestant de compétence et d'indépendance et lui permettant de jouir de privilèges. Et, en effet, « *les privilèges ne sont plus réservés aux stars !* », mais à tout possesseur de cette carte. Les commodités sont alors présentées accompagnées de commentaires possibles que se ferait le spectateur (« Que du plaisir ! » « pour être plus vite dans la salle et vous détendre devant un bon film, vous pouvez prendre vos places sans passer par les caisses en utilisant les bornes électroniques » « >> C'est magique ! »). Nous retrouvons ici tout ce que craignait Zizek dans son analyse de

⁴⁰⁸ <http://www.les3palmes.com/la-carte-d-accreditation>

l'interpassivité, puisque, précisément, le spectateur est déjà orienté dans une logique d'action, de logique d'action. Et nous retrouvons ici le pendant structurel de la radicalité politique des discours du réseau *Utopia*.

Un autre bon exemple de la narrativité, nous la retrouverons dans le chapitre suivant, est l'exploitation de logiciel qui permettent de proposer des choix par rapport à l'historique des parcours et des consommations du spectateur, voire des concordances statistiques avec des consommations et parcours qui semblent similaires, afin de rendre compte d'une communauté de goût.

iv. Le jeune public comme lieu de conflits entre les institutions et le marché

Historiquement, ce sont les salles *art et essai* qui se consacrent au jeune public. Cependant, ce public apparaît comme une véritable niche aux yeux du marché. Il y a, actuellement, un conflit extrêmement fort entre les réseaux institutionnels – et principalement les réseaux *art et essai* – et les exploitations plus proches d'une logique de marché à propos de ce public et, principalement articulé autour de la question des dispositifs pédagogiques. C'est que, par-delà la question immédiate (c'est-à-dire présente) de « niche », se pose la question du renouvellement du public, de la reproduction de la pratique cinématographique. Il s'agit donc d'un enjeu très important, mais la manière dont l'institution le prend en charge apparaît problématique⁴⁰⁹.

Les dispositifs nationaux de pédagogie du cinéma, sont accaparés par les réseaux *art et essai*, et participent, par-delà la question de leur mission, de leur économie. Or, la logique même de ce dispositif ne permet aucun réel « retour d'expérience » et n'anticipe aucune problématique de médiation : tout cela est, comme on le dit en termes plus juridiques, « à la discrétion » des exploitants et enseignants. Or, nous venons de voir que l'opacité de ce champ de l'exploitation conduit parfois à des débordements du *conatus* et à une définition réduite du

⁴⁰⁹ De même, en troisième partie, nous soutiendrons que s'il est positif que l'institution se soucie de ce jeune public et veille à la reproduction de la pratique cinématographique en sensibilisant les jeunes spectateurs aux usages, il est inquiétant de voir que ce problème tend à occulter tout le reste du public. En effet, beaucoup d'actions sont concentrées sur le jeune public, mais bien peu pour les autres spectateurs. Or, ce sont aussi les autres spectateurs qui participent de la pratique cinématographique et de sa reproduction... Autre manière de pointer les « failles » qui subsistent encore entre espace public cinématographique et espace public.

cinéma. Dès lors, le risque est de conduire le jeune public à être confronté à des valeurs *pharmakon* (ni plus ni moins que dans la situation diamétralement opposée que sont les multiplexes).

Il y a différents sens à la notion de médiation culturelle et différentes possibilités de médiation⁴¹⁰ lorsque l'on applique la médiation à un art:

- une médiation d'ordre *herméneutique* (la traduction et l'interprétation des textes sacrés), par laquelle s'effectue un travail de transmission d'une connaissance et d'une esthétique attribuées à l'œuvre ;

- les définitions des médiations sociales, contenant en arrière-plan la notion de conflit, s'appliqueraient également aux caractères sociologique et sémiotique de la médiation culturelle, dans le premier cas en situant l'œuvre d'art dans son contexte social et dans l'espace public et, dans le deuxième cas en définissant, selon Lamizet,

« [...]la médiation culturelle [comme] un système de signifiants qui représente la sociabilité en lui donnant un sens pour nous-mêmes et pour les autres.(...) la médiation représente l'impératif social majeur de la dialectique entre le singulier et le collectif [de la sociabilité] et de sa représentation dans des formes symboliques »⁴¹¹.

Pareille approche de la médiation est très complexe et opaque, puisqu'elle reprend en charge toute la polysémie de la culture. En effet, l'approche définie par M.Lamizet peut tout aussi bien correspondre à la conception sociologique qu'à la conception anthropologique.

- Il y a également la médiation technique, parfois nécessaire et inhérente à ce que l'on nomme la *poïesis*. Autrement dit, l'usage d'outils pour pratiquer et comprendre la pratique d'un discours, d'une expression. Cette médiation est très importante dans le cadre du cinéma puisque celui-ci génère un discours par et à travers un dispositif technique plus ou moins complexe.

Qu'en est-il de la médiation du cinéma pour le jeune public, tel qu'assuré par les dispositifs pédagogiques et les réseaux institutionnels en France ? Les stratégies de médiation apportent au système cinématographique un certain nombre de micro-dynamiques de jugement et de valorisation.

Il s'agit de déterminer quelle acception de la médiation culturelle est optée et quelles déterminations cela peut engendrer.

⁴¹⁰ Sylvie Lacerte, *La médiation de l'art contemporain*, thèse de doctorat en études et pratique des arts, UQÀM, février 2004, p. 28.

⁴¹¹ B.Lamizet, *La médiation culturelle*, Paris, 2000, p.40

Il y a trois grands types de sensibilisation du jeune public :

- des séances aménagées pour ce public
- des programmes inscrits dans la scolarité
- des séances extra-ordinaires (festivals, séances en plein-air...)

Malgré l'apparente pluralité des médiations et sensibilisation du jeune public (séances extraordinaires, séances jeunes publics, dispositifs de l'éducation nationale et projet de sensibilisation des quartiers défavorisés), nous ferons deux constats :

- l'inégalité dans la diffusion de la culture et la prégnance de la dimension marchande (faiblesse extensive) ;
- cette faiblesse extensive se couple d'une carence intensive qui correspond à une médiation difficile dont les conséquences sont le renforcement du marché et la perte de repère de ce public.

Pour ce qui est de l'inscription dans la scolarité, il y a trois grands dispositifs. *Ecole et cinéma* où les enfants découvrent la magie du 7ème art (la salle, le grand écran, les émotions à l'état pur...). Il y a également *Collège au cinéma*, où les élèves apprennent à distinguer les genres et les cinématographies. Enfin, il y a *Lycéens au cinéma*, où les élèves deviennent de jeunes cinéphiles et de futurs spectateurs avertis capables de reconnaître un auteur ou une écriture cinématographique. Le dispositif s'articule par des analyses et la mise en place de projets. Certains lycéens ont parfois la chance de rencontrer des professionnels. On comprend la logique de l'articulation de ces trois dispositifs : éveiller le désir, créer de la connaissance, articuler son désir avec ses connaissances.

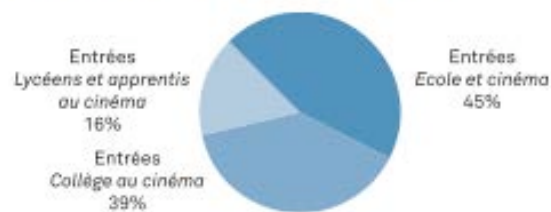
Nous remarquons ici, que les dispositifs d'éducation à l'image redistribuent à leur manière le choix du mode de médiation des arts, dans le sens où les trois grands principes s'y retrouvent (herméneutique, médiation sociale, médiation technique) :

- école au cinéma : médiation sociale, éveil à la médiation technique ;
- collège au cinéma : herméneutique ;
- lycéens au cinéma : médiation sociale et médiation technique.

Cependant, il n'y a pas une continuité systématique dans ces trois dispositifs ; autrement dit le parcours peut être interrompu par le changement d'établissement, de voie d'études...

Les chiffres suivants sont assez manifestes de cette situation :

Répartition des entrées dans les dispositifs nationaux d'éducation au cinéma en 2005-2006

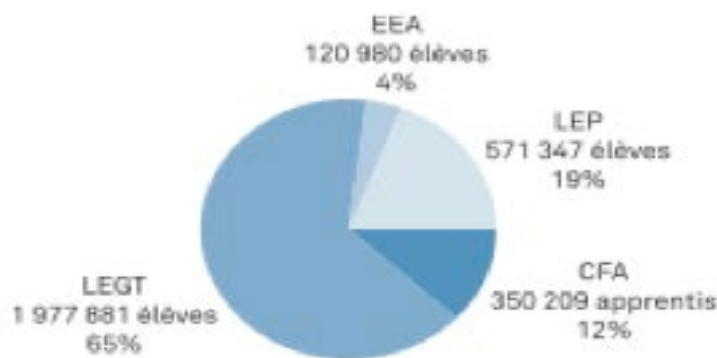


Les trois opérations nationales d'éducation au cinéma ont cumulé 3 248 145 entrées durant l'année scolaire 2005-2006 : *Ecole et cinéma* avec 1 463 825 (45% des entrées), *Collège au cinéma* avec 1 257 335 (39% des entrées) et *Lycéens et apprentis au cinéma* avec 526 985 (16% des entrées).

Source CNC

Plus on évolue dans les études, et moins l'on a de chance de profiter de ces dispositifs. Pis, selon les parcours d'études, les dispositifs sont plus ou moins intégrés.

Répartition des élèves français par type d'enseignement en 2005-2006



Répartition des élèves participant à Lycéens et apprentis au cinéma en 2005-2006

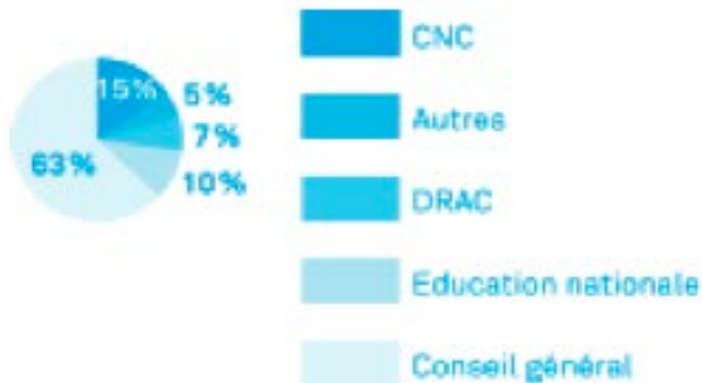


Source CNC

Les lycéens généralistes et techniques bénéficient à 98% de ce dispositif. Les futurs jeunes actifs sont déjà discriminés. Ils sont nécessairement conduits à comparer le cinéma aux autres dispositifs qu'ils connaissent un peu mieux. On ne saurait négliger ce point : au final, la médiation sociale n'apparaît pas comme la plus déterminante. Pour les apprentis, dans le meilleur des cas, la dernière approche qu'ils auront du dispositif pédagogique est l'approche herméneutique. Il faut non seulement expliquer pourquoi il y a une telle disparité, mais également en pointer les conséquences sur l'élaboration de leur jugement de goût.

L'élaboration de ces dispositifs est très complexe. Mais, au final, l'acteur déterminant est le département. En effet, c'est le département qui accepte ou non le dispositif et qui verse la majeure partie des subventions :

Implication financière des différents partenaires
de Collège au cinéma en 2004-2005 (estimations)



Source CNC

Une pareille stratégie a la vertu d'éviter les écueils classiques de la politique culturelle française qui reste encore très jacobine (centralisée). Cependant, cela renforce le déséquilibre entre les divers départements, et, ce faisant, l'inégalité d'accès parmi les jeunes spectateurs. De plus, les départements, dans leurs budgets, n'accordent pas la même importance aux trois dispositifs, ce qui conduit à une pédagogie de l'image qui est souvent inaboutie. Dernier point, les départements sont aussi les principaux financeurs des associations culturelles liées au cinéma. Autrement dit, les départements doivent avoir un budget très important dès lors qu'ils envisagent une politique du cinéma. Ce qui conduit certains d'entre eux à privilégier la vitrine de l'aide aux productions, qui est une forme de publicité, plutôt que d'avoir une programmation complète et une réelle culture du cinéma (dont les retours sur investissement sont quasiment inquantifiables)⁴¹².

Dans la continuité de ce que l'on vient de dire, il est à noter l'absence de réelle précision sur la détermination du médiateur dans ces dispositifs. En effet, l'école et le collège semblent donner les pleins pouvoirs aux enseignants. Ce sont eux qui doivent parler et faire parler du film. Mais ceux-ci sont non seulement pas formés pour cela, mais, en outre, les formations complémentaires et les outils d'aides sont inégalement fournies selon les régions et départements.

⁴¹² C'est à ce titre que, dans la troisième partie, nous considérerons que l'espace public cinématographique doit, dans son ensemble, prendre en compte et en charge les problématiques de médiation et bien plus valoriser les salles selon les actions engendrées que par leur programmation. Il s'agirait de mutualiser les coûts, là où ceux-ci sont à encore trop à la « discrétion » des exploitants isolés et des départements et municipalités.

Pour collèges au cinéma, en 2005, en Bouches-du-Rhône, il y a 530 enseignants qui prennent part au dispositif, et seul 250 d'entre eux ont bénéficié des deux séances de prévisionnement et 100 ont bénéficié d'une journée de stage ; la même année, dans le Rhône, 642 enseignants ont pris part à ce dispositif, il y a eu 12 séances de prévisionnement et une journée de stage par film a eu lieu, suivi par 170 enseignants par jour.

De plus, il est à noter les différences de l'introduction des dispositifs dans le programme scolaire selon les cas. En effet, si pour les écoliers, l'enjeu est de susciter du désir et pour les lycéens également en les faisant rencontrer des spécialistes et/ou en leur introduisant ces séances dans la constitution d'un projet, pour les collégiens, l'enseignant parallèle au film est lourd, très sophistiqué et peut donner lieu à des contrôles. Autrement dit, dans le cas de l'école, voire du lycée, le cinéma est encore présenté comme hétérotopie, où l'enseignant doit céder sa place au film ou à un médiateur, tandis qu'au collège, le cinéma peut apparaître comme un embranchement de l'école. Ce qui donne une considération particulière du lieu de projection qui devient plus comparable à l'école qu'au cinéma où l'on se divertit. Si l'on rejoint cette remarque à ce qui a été dit auparavant, pour une bonne partie des élèves de l'enseignement de 3^{ème} cycle, la dernière approche qu'ils ont de l'éducation du cinéma est une analyse sophistiquée de trois films, vus dans un type d'exploitation qui peut être assimilée au labeur du contrôle.

Quel est ce type d'exploitation? Les tableaux suivants montrent bien que les salles *art et essai* sont privilégiées. L'objectif national, qui est assumé, est bien de montrer une autre approche du cinéma en amenant les jeunes spectateurs dans d'autres lieux de diffusion de film.

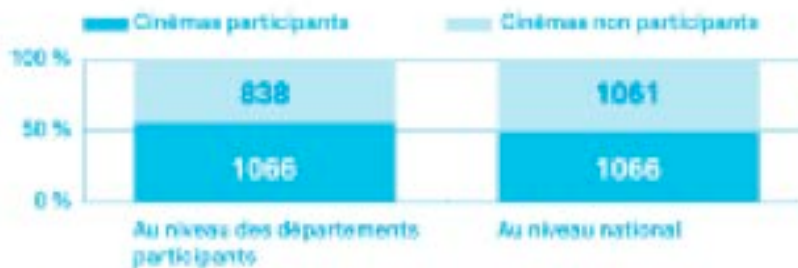
Part des cinémas d'art et essai
et des cinémas "classiques"
dans le dispositif en 2004-2005



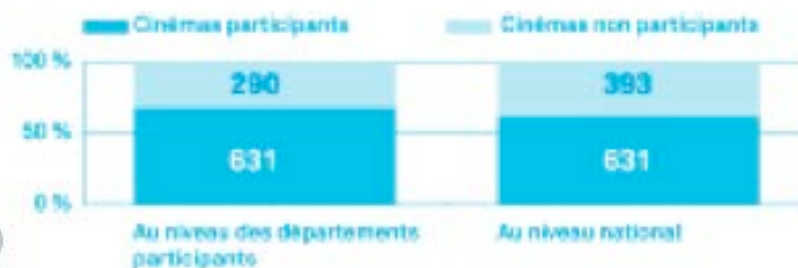
Part des cinémas d'art et essai
et des cinémas "classiques"
au niveau national en 2004-2005



Pourcentage de cinémas
participants au dispositif en 2004-2005



Pourcentage de cinémas d'art et essai
participants au dispositif en 2004-2005



source CNC

Plusieurs remarques sont à faire. D'une part, nous approchons d'un certain seuil où les salles *art et essai* ne peuvent plus accueillir de nouveaux publics pour ce dispositif. Si celui-ci tend

à se généraliser (ce qui ne sera probablement jamais le cas), les salles « classiques » et les multiplexes accueilleront les nouveaux publics.

D'autre part, au vu du nombre de salle *art et essai* où vont les publics de ces dispositifs, on pourrait se demander pourquoi les parts de marché de ces salles n'augmentent pas. Nous allons voir, par les remarques suivantes que cela dépend notamment des stratégies de médiation de ces salles hors du temps scolaire qui est également déterminant. Or cette stratégie n'est pas réellement – du moins, pas systématiquement - appliquée.

Pour ce qui est du dispositif classique, depuis maintenant plusieurs années, le « jeune public » est un marché sectorisé et relativement bien défini. En effet, on peut remarquer plusieurs catégories selon les lieux, les spectacles proposés.

D'une part, il y a les « tout-petits » (dès 3 ans). Parce que ce type de dispositif n'est pas encore bien ancré dans les habitudes culturelles et que les dangers de l'écran ne sont pas encore écartés, une programmation pour ce type de public nécessite une attention toute particulière et seules les salles *art&essai* ou les réseaux s'y intéressent. Il ne s'agit pas tant de programmer un film qui existe pour cette catégorie que de devoir créer son propre programme. Cela nécessite un certain effort en amont et, généralement, les seules salles qui disposent d'un tel programme sont des salles inscrites dans une association. Une pareille démarche est à la discrétion des salles, ce qui donne comme résultat une importance accordée à des cinémas étrangers, mais l'association qui permet de préparer le programme en tant que tel ne peut exister qu'avec les fonds publics (surtout le département, mais aussi la région, le CNC...).

D'autre part, il y a le « jeune public » (on pourrait le déterminer entre 6 ans et 15 ans). Ce public devient un enjeu particulier et complexe pour le cinéma en France car il est le futur public principal du cinéma (statistiquement, jusqu'à présent, les 15-25ans était le public majoritaire), et, surtout, ses goûts semblent être de plus en plus spécialisés. Ce public est devenu un véritable marché, quelle que soit la conception du cinéma que telle ou telle salle défend.

En effet, un véritable marché du « jeune public » s'est développé ces dernières années au vu des résultats des films de Miyazaki, de Pixar, etc. Ce public n'est plus seulement spectateur des films produits par Disney, mais a une culture cinématographique qui lui est propre. Autrement dit, les salles *art et essai* ne sont plus les seules à proposer un programme spécifique à ce public. Cela engendre un rapport de force assez particulier entre les salles généralistes, *art et essai* et les multiplexes : ces derniers, ayant une plus grosse importance,

recupèrent plus aisément des copies de films que les autres, auprès des grands distributeurs qui s'y intéressent de plus en plus.

En même temps, sous l'inflexion de l'état, et plus particulièrement des aides du CNC pour la requalification et le soutien des salles *art et essai*, une offre particulière pour ce public se développe. En effet, les salles qui diffusent un certain quota de films estampillés « art et essai jeune public » peut être qualifié de salle *art et essai* et bénéficier ainsi de subventions. Depuis 2002, la mise en place d'un système de calcul généralisé a permis une meilleure couverture du territoire pour les salles *art et essai* par le soutien à un plus grand nombre de salles ; cependant, la quantification des projections de ce type de film ne correspond pas nécessairement aux enjeux des médiations que sont censées exercer ces salles. Pour clarifier le propos, l'on peut signaler simplement que beaucoup de salles estampillées « art et essai » se contentent de projeter leur quota de film « jeune public » et bénéficient ainsi à la fois des subventions et des bénéfices d'entrées. Très peu de différence avec le travail des multiplexes ! (Nous reviendrons sur cette question, dans la troisième partie – dans le chapitre portant sur les *factor* et les *mercator* -, lorsqu'il s'agira de catégoriser les salles non pas seulement en termes de catégorie de films projetés, mais également en termes de « prestation de service »)

Cela n'empêche pas plusieurs salles *art et essai* de devoir requalifier leur fonction ; justement, cela les a conduit à développer plusieurs stratégies d'action culturelle. Il y a de plus en plus d'organisation de « ciné goûters » et autres, autrement dit, se développe de plus en plus différentes médiation du cinéma où l'on propose à la fois un temps de projection et un temps d'échange. À ce titre, dans le cadre nos recherches (avec toutes leurs limites méthodologiques) nous n'avons pas encore trouvé de stratégie portant sur les plus grands de cette tranche d'âge, alors qu'il y en a de plus en plus pour le plus jeune public. Ainsi, comme pour le cas de « collège au cinéma », il y a une sorte de « tranche d'âge maudite » : celle des pré-adolescents. Une fois encore, c'est la région qui est déterminante pour ce public : par exemple, Rhône-Alpes est très soucieuse de l'éveil culturel des jeunes et propose des cartes d'accès réduits pour différents lieux culturels (cartes M'Ra), ce qui n'est pas le cas en région Provence Alpes Côte d'Azur.

Enfin, il y a les « jeunes spectateurs » (15-25ans), qui ont quasiment déserté les salles *art et essai*, ainsi que beaucoup de salles de proximité, au profit des multiplexes. Il n'y a pas vraiment de marché qui leur soit spécifique, même si des genres les ciblant spécifiquement émergent (campus, teen-movies...). Nous postulons plus loin en quoi le comportement de ce public est dans la suite logique de tous nos constats.

Nous ne développerons pas particulièrement le principe des médiations extraordinaires ; la seule chose à signaler est qu'il y a de plus en plus de festivals organisés, mais ils ne concernent généralement que les plus jeunes publics. Le cas échéant, il y a une notable émergence de pratiques propres aux promotions classiques du cinéma dont la principale est l'organisation d'avant-premières. Cette remarque a toute son importance : lorsque l'on recherche à sensibiliser le jeune public, on emploie des stratégies du marché, ce qui rend beaucoup plus opaques les différenciations entre les salles *art et essai* et les plus grosses salles.

De plus, il est à remarquer que la création de festival nécessite le soutien des départements et régions et celles-ci tendent à préférer ce type d'investissement (dont les résultats sont immédiats et quantifiables) au soutien des salles.

Nous constatons ainsi, au fil des différents parcours sommaires, que le jeune public est inégalement sensibilisé et, surtout, que le pouvoir de décision, le rôle de médiation et ses finalités sont absolument opaques, changeants, mouvants et ne correspondent finalement ni vraiment à la réalité du cinéma, ni vraiment à la réalité de l'éducation. Loin de participer à un travail approfondi de médiation, les dispositifs tendent à offrir une visibilité réduite de la pratique cinématographique ; visibilité réduite qui est compensée par les stratégies d'offres des multiplexes et les logiques des dispositifs de jugement exploités par le marché.

Ainsi, il n'y a pas vraiment de cohérence globale du système de valorisation cinématographique et le jeune public doit juger avec ce qu'on lui donne à voir. Ce ne serait pas si dramatique si, en outre, il n'y avait pas des « valeurs fantômes », des valeurs qui donnent un sens bien particulier au cinéma. Ces valeurs sont justement des valeurs *pharmakon*.

Pour mémoire, le *pharmakon* est compris dans le discours : discours de la vérité et *pharmakon* sont deux faces du logos, du discours. Il faut, en quelque sorte, actualiser les données de l'écriture dans le mouvement des idées et du discours. Autrement dit, il ne s'agit pas de rejeter *l'hypomnēsis*, puisqu'elle est utile, mais il faut l'intégrer dans la logique de la connaissance. En quelque sorte, une fois la médiation technique acquise, il reste à expérimenter les connaissances que l'écriture apporte ; pour cela, il faut repérer les infléchissements que l'on en a dans la lecture. C'est ainsi que l'on génère nos propres connaissances sur le texte ; connaissances comparables à celles fournies par les médiations classiques. Or, le *pharmakon* peut tout aussi bien exprimer le signifiant du *conatus* dans le déni de la question du désir et/ou du lien symbolique.

Comme toute qualification ou valorisation, la valeur *pharmakon* est relative à celui qui la perçoit. Elle est le résultat d'une médiation incomplète. Aussi, au lieu d'être une valeur culturelle donnée et acquise, elle est une sous valeur, une hypo-valeur, qui doit être complétée par une autre médiation. Autrement dit, pour revenir à notre exemple, non seulement le collégien ne va pas intégrer les valeurs cinéphiliques que l'on voudrait lui transmettre, mais, en outre, il va projeter sa croyance sur l'efficacité du système marchand.

Pourquoi et en quoi le système marchand arrive prendre en charge les médiations lacunaires ? C'est parce qu'il a bien plus de visibilité, une cohérence globale et offre un pouvoir symbolique important au spectateur. Pis, il se développe avec les écueils des médiations. Reprenons, à ce sujet, le cas éclairant des collégiens.

Autonomisation et socialisation sont les idées clefs de ce public. Ce qui leur est proposé d'un côté est un lieu relié à l'école où le cinéma est synonyme de travail, voire d'évaluation ; de l'autre, une valorisation sociale, du plaisir...

Les questions qui peuvent se poser au sujet de l'usage du cinéma pour le jeune public n'est pas tant éloigné de celles des ludothèques. D'une part, ces deux pratiques sont ambiguës au sujet de leur portée éducative ; d'autre part, l'expérience ludique a des convergences élémentaires avec l'expérience esthétique (au sens kantien, qui s'articule autour des modalités d'expérience et de connaissance). Si l'on prend en compte les conclusions que les chercheurs en sciences de l'éducation ont porté sur les intérêts et usages possibles des ludothèques, on peut, sinon trouver une formule pour l'éducation aux images, au moins en trouver les axes fondamentaux et, ce qui nous intéresse aujourd'hui, en pointer les dérives actuelles.

Nous allons, dans un premier temps, exposer des idées qui se sont constitué autour des ludothèques⁴¹³, puis, dans un deuxième temps, pointer les convergences avec le cinéma. Nous pourrons ensuite dresser un premier état des lieux de l'éducation au cinéma en France.

Parce que les jouets sont « marqués » par leur origine industrielle, les ludothèque ont opté pour une structuration qui ne s'opère plus autour de l'objet-jouet, mais autour de l'activité-jeu. Cela a entraîné une autre dimension matérielle et sociale à ces lieux (il s'agissait de couvrir un public plus large et permettre une plus grande variation des pratiques). Si le principe de la ludothèque est d'être un espace et un temps en dehors de l'espace et du temps des adultes, c'est-à-dire une sorte d'hétérotopie au sens foucaultien, avec des activités ludiques, sans contraintes, sans contrôle ni finalité, le fait qu'elle soit au carrefour de l'éducatif, du

⁴¹³ Nous reprenons ici assez largement l'article : N Roucoux et G Brougère, « Loisir et éducation. L'apport d'une nouvelle institution : la ludothèque », in. *Revue Française de Pédagogie*, n°124, 1998

social et du culturel l'oblige soit à se redéfinir sous le joug d'une de ces finalités, soit à devoir redéfinir une de ces dimensions. Il apparaît que la dimension éducative prédomine :

- il y a surtout de jeunes, voire de très jeunes enfants ;
- les jeux et jouets n'apparaissent pas immédiatement comme médiateurs de culture et la culture apparaît comme un élément externe qu'il faut maîtriser ;
- la dimension sociale concerne plutôt les parents entre eux ou dans les relations grands-parents / enfants, plutôt qu'entre les enfants. C'est donc moins le bien-être actuel social de l'enfant qui est visé que le mieux-être futur de l'enfant. La visée est donc moins sociale que socio-éducative.

D'où le constat suivant : il y a une difficile cohérence et justification institutionnelle entre les aléas du jeu et des décisions de l'enfant et du caractère éducatif qui a des finalités spécifiques. Cependant, l'opposition théorique divertissement / éducation peut être surmonté par le jeu lui-même et par les potentialités qu'il génère. Dès lors que le jeu est exploité comme finalité en soi et que l'on appréhende l'enfant sans aucune finalité, on lui permet d'agir dans un espace et un temps non-marchand qui est autre que l'espace et le temps scolaire. Sans cela, l'enfant ne conçoit d'espace social que sous le prisme des espaces marchands ou sous le prisme du scolaire qui est hautement finalisé et discriminant.

Une remarque essentielle dans la défense de cette approche consiste à rappeler qu'elle permet d'effacer un hiatus entre la pratique enfantine des jeux et celle des adultes. En effet, il y a des traits généraux et continus entre les deux :

- l'importance du caractère divertissant ;
- l'apprentissage dépendant de la volonté propre du joueur ;
- devoir de maîtrise des règles et des référents.

Pour aller plus loin, si l'on suit les idées de Norbert Élias, les jeux (comme le cinéma, la littérature, etc.) sont autant d'espaces fictifs (de second degré) qui permettent au sujet d'avoir une expérience excitante, mais sans risque, avec beaucoup de convivialité. Il s'agit, en quelque sorte d'un fonction sociale du jeu : il est socialisateur et éducatif puisqu'il rend acceptable le contrôle des sentiments imposé par le processus de civilisation en offrant un temps où, de manière fictive, la continuité ne s'exerce plus (ou seulement dans une logique cadre pragmatique décidé par les acteurs)⁴¹⁴. Il est, en outre, important de rappeler l'importance grandissante des jeux vidéos dans notre espace culturel (il s'agit du premier bien culturel consommé et acheté en France), exprimant toute l'importance de la question de la

⁴¹⁴ Elias N. et Duning E. *Sport et civilisation – La violence maîtrisée*, Paris, Fayard, 1994

médiation ludique et d'expression symbolique via le divertissement ; les problématiques expérientielles du jeu vidéo, par ailleurs, gagnent en importance au sein même de la sphère artistique⁴¹⁵.

Le ludique permet de faire l'économie d'expériences vécues et d'avoir un apprentissage d'un mode d'appréhension du monde. Ainsi, loin de s'opposer à des vertus sociales et éducatives, la frivolité des jeux en est un mode d'accès spécifique, singulier, attractif, dans le sens où

« dans le jeu le comportement se trouve dissocié de (et protégé contre) ses séquelles normales. C'est là que réside à la fois la flexibilité et la frivolité du jeu »⁴¹⁶.

Ainsi, le rapport à l'enfant n'est pas celui du rapport avec un potentiel adulte (socio-éducatif), mais celui de se concentrer sur les enjeux et les nécessités présents et immédiats de l'enfant ; c'est « une autre perspective d'éducation qui consiste à donner à vivre, et non à faire évoluer »⁴¹⁷. On n'inscrit plus l'enfant dans une perspective future qui a, en outre, le défaut d'apparaître arbitraire tant elle est conventionnelle et générale, pour lui permettre d'expérimenter et de problématiser sa capacité immédiate d'être ; il s'agit plus de « faire vivre et d'aider à vivre » que de « faire progresser ». Il s'agit donc d'une redéfinition des principes éducatifs, sous le principe de la non-contrainte (ou, plus précisément de la négociation pragmatique entre l'expression et les contraintes) et de la non finalité qui permet une expérience singularisante dont la portée ne se cantonne pas à la seule enfance (puisque les principes élémentaires sont les mêmes que pour les adultes).

Plusieurs éléments sont donc à prendre en compte. D'une part, il n'y a pas d'opposition ontologique entre *divertissement* et *éducation*. Au contraire, elles entretiennent des rapports complémentaires si l'on prend la conception courante de l'éducation ; elles ont un rapport phylogénétique si l'on préfère, l'autre approche éducative (la *frivolité* engendrant *l'expérience*). C'est que l'on anime avant tout ici un *désir* ; là où, inversement, les valeurs *pharmakon* – qu'elles soient générées par l'éducation ou par le marché – se justifient, chez le sujet, par des connaissances.

Ensuite, et dans le même sens, il y a des problèmes identiques aux jeunes et aux adultes, ainsi on peut entrevoir un certain nombre de phénomène sous les deux angles. Il y a une continuité problématique, parce que, précisément, ce sont des problématiques de manière de voir, des problématiques de *regard*, des problématiques *d'éthos*. À ce titre, nous pointons ici un des

⁴¹⁵ cf partie 1

⁴¹⁶ J S Bruner, *Le développement de l'enfant – savoir faire, savoir dire*, Paris, PUF, 1983

⁴¹⁷ N Roucoux et G Brougère, op.cit.

fondements de notre invitation aux exploitants à travailler plus activement une médiation auprès des adultes.

Enfin, autonomiser l'enfant et articuler les jeux en lien avec lui ne consiste pas à lui laisser le total libre choix et une absence totale de contrainte ; c'est lui permettre de se confronter à ses propres expériences et, surtout, évacuer la dimension marchande sans sombrer dans les finalités et les discriminations propres au scolaire. Autrement dit, il découvre un principe de sociabilité comme solidaire, comme en relation dialectique avec son expérience, là où la logique scolaire pose la sociabilité comme répressive pour le sujet, institutionnalisée par le jugement sur le travail.

Ce constat établi, il est nécessaire d'entrevoir un certain nombre de convergences entre le monde des ludothèques et celui du cinéma afin de déterminer les singularités et enjeux du second. Nous remarquerons des convergences entre la conception des pratiques ludiques et les enjeux esthétiques kantien relus par Benjamin. Nous aurons d'ailleurs l'occasion d'exploiter les théories de Kant et plus encore de Benjamin, pour comprendre l'émergence de valeurs *pharmakon*.

Reprenons ensemble les définitions du beau, qui est le jugement esthétique le plus élémentaire :

- « Est beau ce qui plaît universellement sans concept ». Le jugement ne peut pas s'expliquer de manière rationnelle, mais peut satisfaire le plus grand nombre;

- *Une finalité sans fin* : Sa seule finalité est lui-même, son harmonie. Le beau n'est pas l'utile, il n'a donc pas de fin extérieure. Expérimenter le beau, c'est expérimenter une chose en soi et son rapport à cette chose, rien de plus, mais rien de moins ;

- *Un plaisir désintéressé* : Le beau implique un point de vue plus universel et ne se confond pas avec l'agréable qui est un jugement strictement personnel.

Les expériences esthétiques, dans l'œuvre critique de Kant, sont les intermédiaires nécessaires entre l'usage théorique de la raison en vue de connaissance (raison pure) et usage pratique de la raison en vue d'un ordre moral (raison pratique). Sans entrer dans les détails de la critique kantienne, nous voyons que les principes de connaissances et moraux sont étroitement liés aux jugements esthétiques et ce parce que ces derniers impliquent notamment un rapport particulier aux objets et aux choses, ainsi qu'un rapport nécessaire avec d'autres individus dans une communauté interprétative. Il y a un prolongement de l'expérience esthétique dans l'expérience sociale et culturelle. Mais cela implique des expérimentations dans des temps et espaces autres où, à l'image de la sphère ludique, il n'y a pas de finalité, ni de contrôle, mais,

avant tout, la production de significations.

Cette expérience étant universelle et sans concept, aucun concept a priori n'est nécessaire pour cette expérience et celle-ci peut « toucher » un grand nombre de personnes et permet surtout de comprendre l'idée selon laquelle on peut parler de « désir cinématographique » qui se prolonge également dans l'âge adulte.

Par ailleurs l'articulation kantienne permet de comprendre un peu plus précisément les propos de Norbert Élias selon qui l'expérience cinématographique est une expérience permettant de comprendre le « processus de civilisation » ou, plus modestement, l'épreuve de la sociabilité.

Toute la problématique de Benjamin – et, dans d'autres circonstances, de Cavell – consiste à donner lieu à des possibilités d'expérience. Une sorte de problématique en deçà de la proposition de Kant. Et il est évident que l'éducation consiste à la fois à donner lieu à l'expérience et à circonscrire les conditions de pensée et d'action (de manière plus ou moins coercitive).

Cependant, au vu de l'état des lieux actuels, non seulement les collégiens n'ont pas de réelles possibilités « émancipatrices » (ou, au moins, de possibilités critiques) avec le cinéma, mais pire encore, ils sont d'autant plus contraints par ce système que celui-ci tend à s'établir sur des valeurs *pharmakon*. Autrement dit, pour expliciter un peu plus la problématique du *pharmakon* qui trouve ici son acception la plus éclairante, il s'agit d'un phénomène de « violence symbolique » – nous retrouvons ici la logique bourdieusienne – où le cinéma est corrélé de l'injonction et de l'autorité du monde scolaire. De fil en aiguille, nous comprenons bien que les sphères de légitimation culturelle applique ce principe plus globalement au cinéma d'auteur et aux salles art et essai ; et, inversement, le principe du commerce s'établit dans l'opposition à ce principe.

Tout cela même contribue à un dilemme où le sujet est confronté à deux injonctions contradictoires, mais structurellement complémentaires : l'autorité d'une culture qui se performe comme légitime versus le « *jouis !* » des structures de multiplexe. C'est dire à quel point le champ, tel qu'il s'organise, complique la tâche du spectateur et l'aliène ; nous verrons que les critiques y contribuent aussi.

Il ne s'agit donc pas ici de rejeter les apports de l'éducation au cinéma, mais de faire quelques remarques. Sur le plan de l'appréhension de la pratique cinématographique et de la réflexivité, les dispositifs *école au cinéma* et *lycée au cinéma* ont une réelle pertinence à

travers l'exergue de l'effet de frivolité. Frivolité qui est une des dimensions essentielles la culture au sens anthropologique (nous reviendrons sur la complexité de la question de la « frivolité » en troisième partie). Par ailleurs, l'efficacité de *lycée au cinéma* est d'autant plus grande qu'elle s'appuie non seulement sur la participation d'intervenants (au détriment de l'enseignant) et sur la mise en place de projets, ces deux pratiques étant absolument et définitivement complémentaires. Cette démarche rejoint les propositions de Roucoux et Brougère ; elle rejoint également l'approche benjaminienne de l'appréhension critique des formes d'art, qui implique toujours une sorte de travail de production signifiante de la part du spectateur, une traduction, une certaine *poïesis*. C'est précisément l'appréhension des productions de signification – générées aussi bien par (et au sein de) l'articulation film / spectateur, que par (et au sein de) l'articulation sujet/collectif – qui donne tout son sens à l'expérience. Inversement, *collège au cinéma* – pris isolément - est un ensemble de contraintes, véhiculant des valeurs *pharmakon*.

Sur le plan purement stratégique, de couverture spatiale et du public, c'est-à-dire dans la capacité de ces dispositifs à produire une pratique cinématographique, l'on remarque une importante inégalité sociale d'accès aux dispositifs d'éducation au cinéma ; de même, l'on remarque des médiateurs souvent orientés par la dimension marchande (TV, critiques, salles de cinéma, événements). L'on fait que reproduire, au niveau national, un certain type de distinction, du fait même que l'on ne systématise pas l'appréhension d'une pratique ouverte du cinéma. C'est dans les « béances » laissées par les institutions que les multiplexes – qui, eux, ont un certain systématisme - prennent une grande importance et ce, de manière d'autant plus manifeste qu'ils s'inscrivent dans une continuité logique avec la pratique définie par le marché – et qui, elle, est d'un systématisme radical.

Pour saisir l'importance de l'émergence de la pratique cinématographique instituée par les multiplexes, il est intéressant de voir quelques retours du jeune public à son égard et à propos des pratiques et usages cinématographiques⁴¹⁸.

⁴¹⁸ Nous reprenons et relierons ici deux enquêtes :

- « Évolution du public des salles de cinéma. 1993-2007 », CNC, 2008, disponible sur http://prod1-cnc-portail.integra.fr/web/fr/etudes?p_p_id=ressources_WAR_ressourcesportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_ressources_WAR_ressourcesportlet_struts_action=%2Fsdk%2Fressources%2Fview_document&_ressources_WAR_ressourcesportlet_entryId=20726&_ressources_WAR_ressourcesportlet_redirect=http%3A%2F%2Fprod1-cnc-portail.integra.fr%2Fweb%2Ffr%2Fetudes%3Fp_p_id%3Dressources_WAR_ressourcesportlet%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn

En général, la sortie est majoritairement collective : 89% des français vont au cinéma en groupe (50,4% entre amis et 38,6% en couple), ce qui explique pourquoi 65,8% du public planifie d'aller au cinéma (plutôt que de se décider le jour même).

Le vecteur de décision est également très important dans l'analyse :

	2005	2006	2007	2008	2009
bouche-à-oreille	52,5	59,2	54,2	54,4	52,0
extraits ou bande-annonce vus à la télévision	59,4	51,4	50,6	56,2	42,9
bande-annonce vue au cinéma	45,8	43,6	47,4	44,3	41,1
internet	31,2	33,8	38,2	38,4	39,8
critiques de médias	34,9	39,9	36,8	38,7	37,2
affiche du film	28,5	21,0	22,4	25,0	21,2
publicité ou article dans la presse	32,8	24,4	20,3	28,9	16,2
publicité ou émission à la radio	21,5	17,1	16,0	18,3	12,2
autres	6,3	4,8	5,2	4,8	5,7

A Vecteurs prescripteurs d'information sur les films (%)
Source : PubliXiné - Harris Interactive.

Source CNC

Seuls les spectateurs les plus assidus privilégient la bande-annonce (62,5%) au bouche-à-oreille, alors que le jeune public y est le plus sensible (69,7% pour les 15-19 ans et 66% pour les 20-24 ans). Pour ce public, la logique de réseau sur la logique de la salle. Cela ne veut pas dire nécessairement que la salle de cinéma ne soit pas un vecteur de découverte de film. La preuve avec les tableaux suivants :

-
- [1%26p_p_col_count%3D1%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_struts_action%3D%252Fsdk%252Fressources%252Fview%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_cur%3D2%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_delta%3D75%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_keywords%3D%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_advancedSearch%3Dfalse%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_andOperator%3Dtrue%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_orderByCol%3DcreateDate%26_ressources_WAR_ressourcesportlet_orderByType%3Ddesc](#), consulté en janvier 2010: une enquête de PubliXiné sur le public en général(15 ans et plus qui vont au cinéma au moins une fois par an), fait pour le CNC
 - l'enquête commandité par la FNCF (Fédération Nationale des Cinémas Français) en 2008 sur le jeune public (15-25 ans). Loin d'être contradictoires, alors que leur méthode et leur public sont différents, ces deux enquêtes illustrent même de certaines convergences et c'est sur les convergences pointées qu'il faut orienter notre réflexion.

	2006	2007	2008	2009
salles de cinéma	79,3	69,7	51,2	70,3
internet	6,3	15,1	19,3	17,1
télévision	5,9	10,7	14,7	9,8
DVD	8,4	4,4	4,8	2,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0

C Supports privilégiés de découverte des nouveaux films (%)

Source : PubliXiné - Harris Interactive.

	salles de cinéma	internet	télévision	DVD
sexe				
hommes	71,5	18,5	7,2	2,8
femmes	69,2	15,8	12,1	2,8
âge				
15-19 ans	65,7	26,6	6,3	1,4
20-24 ans	68,6	23,7	6,8	0,8
25-34 ans	63,6	17,9	14,2	4,3
35-49 ans	73,7	12,5	8,6	5,1
50 ans et plus	74,6	12,5	11,7	1,2
habitat				
région parisienne	67,7	21,8	9,0	1,5
province	71,0	15,7	10,1	3,2
profession				
CSP+	74,2	15,0	8,4	2,4
CSP-	69,6	14,6	11,2	4,6
inactifs	67,8	20,3	10,0	1,8
fréquentation cinéma				
assidus	65,0	7,5	7,5	0,0
réguliers	77,0	17,2	5,4	0,4
occasionnels	67,4	17,8	11,2	3,6
ensemble	70,3	17,1	9,8	2,8

C Supports privilégiés de découverte des nouveaux films en 2009 (%)

Source : PubliXiné - Harris Interactive.

Source : CNC

Mais il convient de préciser un peu plus ce qui se détermine dans la demande des jeunes spectateurs. Les chiffres que nous venons de voir ne font que réduire la distinction quantitative (extensive) avec le reste du public. L'enquête commanditée par la FNCF offre quelques précisions supplémentaires. Elle a notamment l'avantage d'être à la fois quantitative et qualitative. Par-delà les chiffres, elle peut éclairer sur la dimension intensive de l'expérience cinématographique. En effet, le jeune public semble préférer une logique de réseau et exploite plus que les autres Internet. Malgré tout, ils se rendent assez souvent au cinéma. Le paradoxe n'est qu'apparent.

Cependant, chaque tranche d'âge a son « scénario de vie » où le cinéma prend une signification et un usage spécifique :

Scénario de vie	Motivation	Insights clé
Collégiens	Le cinéma, premier symbole d'autonomie vis-à-vis des parents La convivialité dépasse l'intérêt du film	« On a grandi et ils nous laissent sortir toutes seules (pour aller au cinéma) »
Lycéens	Prégnance du groupe d'amis, volonté de construire du lien	« Dans la nouvelle génération si t'as pas vu le film, tout le monde en parle ... »
Etudiants	Budget global limitatif Prégnance des autres modes de convivialité Posture plus sélective quant à l'intérêt du film	« Les premiers rencards c'était au cinéma. Maintenant on n'a plus la contrainte du lieu vu qu'on a tous un « chez soi »
Jeunes actifs	Motivation plus faible : manque de temps pour les loisirs et concurrence des dépenses d'équipement. Autres modes de convivialité (restaurants, boîtes, bars, week-end)	« Je préfère me faire plaisir en achetant une télé que d'aller au cinéma »

Source FNCF

Il convient évidemment de confronter ces scénarios à l'offre. Il est assez éclairant de voir que les collégiens sont à la fois ceux qui veulent profiter d'une relative indépendance et qui ce qui leur est proposé est généralement un marché bien segmenté, plutôt exploité par les multiplexes et que les dispositifs pédagogiques, lorsqu'ils ont lieu, sont les plus contraignants. De plus, ce public est confronté à une contrainte budgétaire : l'enquête a estimé que la moyenne mensuelle d'argent de poche s'élève à 35 euros et que le cinéma est en concurrence directe avec la musique et les sorties bar et restaurants. Autrement dit, il est concurrence directe sur un plan de découverte artistique et culturelle (musique), mais aussi sur des activités de convivialité (bar...).

Le cas des jeunes actifs renvoie bien à ce qui a été précédemment : relativement délaissés de l'aspect pédagogique pendant leurs études, ils n'ont pas bénéficié de la médiation sociale et sont, dans le meilleur des cas, restés dans l'approche herméneutique et laborieuse. Ce public est quasiment un public perdu pour le cinéma art & essai.

Les lycéens et les étudiants bénéficient d'une relative compétence qu'ils ont acquis pendant le collège. Étant donné l'inégalité d'accès au dispositif pédagogique, la dimension principale du cinéma reste l'approche événementielle et son intégration dans la vie de groupe.

Pourquoi vont-ils au cinéma ? La plupart d'entre eux répondent qu'il s'agit de voir le film dans les meilleures conditions possibles (86%) et que cet instant est plus convivial qu'un

DVD (78%). Le frein à la consommation est double : inadaptation à leur rythme de vie et politique tarifaire incomprise. En effet, les emplois du temps chargés et les difficultés de transports sont les principaux freins à leur consommation, et ce public connaît relativement peu les politiques tarifaires (% qui connaissent la réduction citée) :

- étudiants 73%
- Moins de 18 ans 65%
- Séance du matin 56%
- Billets CE 56%
- Carte d'abonnement, de fidélité 54%
- Jour à tarif unique 42%

(pourtant ils sont 88% à dire qu'ils iraient plus au cinéma si il y avait des tarifs spécifiques aux heures creuses)

Mais ces réductions sont jugées peu attractives (tarif étudiant non valable le week end), les abonnements sont chers et contraignants et les tarifs manquent de flexibilité (on paie le même prix indépendamment de la qualité de la salle). La méconnaissance des réductions Comité d'Entreprise explique également pourquoi les jeunes actifs délaissent le cinéma.

Ces chiffres confirment encore une fois que ce public approche plus le cinéma comme ensemble de films que comme lieu de réception. Ils sont en effet plus préparés à une expérience intermédiaire du cinéma qu'à intégrer totalement la salle de cinéma comme lieu de cinéma. Car, il ne faut pas se tromper sur le nombre d'entrées en salle par ce public : la gratuité ainsi que la prolifération de films (Internet, TV) dévaluent le film en général, et creuse l'écart avec les plus gros films qui sont suivis (événements, forte promotion, où le risque perçu est faible, avec un cinéaste ou un acteur connu, dont les budgets sont importants). À privilégier le film à l'expérience cinématographique et à la médiation d'une salle, ce public se concentre sur les must pour lesquels ils sont capables d'une forte dépense psychique et budgétaire (autant aller dans les multiplexes où les salles sont plus grandes). C'est bien que la dimension événementielle prime : 66% iraient plus au cinéma s'il y avait plus d'événements (avant première, rencontre avec les professionnels).

Ils souhaiteraient différentes formes d'actions à leur égard :

- des actions de promotion plus ciblées :
 - o actions de fidélisation : newsletter du cinéma, carte de fidélité (pour 9 films, le 10eme offert)
 - o des complexes repensés comme des lieux dédiés à la passion du cinéma (design, objets récupérés sur les tournages)

- une fête du cinéma optimisée (ne pas se satisfaire d'une simple offre tarifaire, mais proposer du contenu avec des soirées thématiques ; revaloriser les genres du cinéma ; étaler dans le temps).
- Un développement d'offres couplées : développer avec la restauration, mais aussi avec les services de transport, ou les magasins.
- Ils iraient plus souvent au cinéma si :
 - des tickets donnent une réduction sur une séance la semaine suivante : 83%
 - des équivalents des smiles 81%
 - des tickets de réduction pour des restaurants, bars... 76%
 - des sorties donnant lieu à des réductions sur les places de cinéma 75%
 - des tickets donnant lieu à des réductions sur le DVD ou le téléchargement du film qui va être vu 62%
 - des tickets réduisant le prix des boissons et confiseries 60%

Le cinéma n'est donc pas dévalorisé. Ce public a une conception du cinéma qui se distingue certes d'une certaine élite, mais il n'est pas en opposition avec la majeure partie du public. On remarque ainsi une continuité logique. Il faut alors se demander où se situe le problème. Le problème est dans la valorisation du cinéma, la définition de la notion de culture cinématographique, dans la détermination du médiateur du cinéma pour le public.

Si l'exploitation classique et les dispositifs pédagogiques ont l'air différents, il n'empêche que les remarques suivantes vont s'appliquer à ces deux cas. Il est d'autant plus important de relier ces cas qu'ils le sont par ce public.

L'écart se creuse entre l'importance accordée à la pratique telle que produite et définie par les multiplexes et celle produite par les autres salles parce que les premiers ont compris l'importance des bandes annonces et des promotions sur le public en général et sur ce public en particulier. L'inégalité d'accès, l'inaboutissement général des dispositifs pédagogiques font de la culture cinématographique un lieu d'exigence et de travail qui pourrait sembler inatteignable pour ce public. D'autant plus qu'en termes de temps et d'argent, le cinéma est mis en concurrence directe. Les usages d'Internet sont souvent en lien avec la prise de risque qu'est le choix d'un film : soit il s'agit de prévisionner le film – c'est-à-dire de le voir et évaluer la pertinence de le voir en salle - (33% des usagers interrogés), soit il s'agit de regarder un film suite à une déception précédente.

Loin d'éveiller ce public à une autre approche du cinéma, l'état actuel ne fait que consolider l'avancement et l'extension du marché. Les pratiques non-médiatisées de certaines salles – c'est-à-dire les pratiques qui n'ont pas de visibilité dans l'espace public et/ou dans les médias - et les opacités de l'éducation à l'image ne créent pas les valorisations qui étaient recherchées. Cela ne signifie pas qu'il n'y a pas de valeur qui sont véhiculées ; cela signifie simplement que le mode de transmission est tel que l'interprétation par ce public, conjointement à ce qui s'offre à eux, contribue aux valeurs opposées de celles initialement prévues.

Nous comprenons que les souhaits du jeune public sont principalement reliés à une logique d'offre explicitement orientée sur la notion de *spectacle*. *A contrario*, les offreurs souffrant d'une image négative sont généralement des exploitants qui se consacrent à l'approche « picturale » du cinéma. Cela ne veut pas dire que cette dimension tend à disparaître ; de fait, les mécaniques de subversion de la *distinction* exploite très directement cette approche ancestrale du cinéma (film d'art, politique de production Toscan Duplantier...). C'est simplement que la logique *art versus commerce* n'a encore de réalité que parce qu'elle est véhiculée et assumée par les acteurs du champ. Cependant, la véritable séparation se trouve concrètement dans deux manières de concevoir et de valoriser le spectacle cinématographique : d'un côté le *spectacle*, de l'autre le *regard*. Mais dans les deux cas, une médiation est importante. De même, ces deux approches s'opposent moins qu'elles se complètent.

Le chapitre que nous venons de voir pointait déjà de nombreux points de rencontre entre les deux grandes logiques d'offre – parce que non seulement les oppositions étaient plus de principes qu'effectives, et montrent toute l'opacité du secteur. Pour chaque grand type d'exploitation, nous avons volontairement accentué le trait : toutes les salles n'entrent pas totalement dans ces logiques respectives, mais il s'agissait de monter les ambiguïtés du champ et les complications que cela engendre pour le public.

B. L'articulation institution/espace public dans le discours critique et l'assimilation de l'espace public cinématographique dans le marché

Modification des structurations de la culture, émergence de nouvelles problématiques, et, en même temps, maintien d'un système d'offre et d'une pratique cinématographique de plus en plus opaque et contribuant à des valeurs *pharmakon*, la situation est hautement problématique pour le spectateur comme pour l'exploitant ; elle l'est d'autant plus qu'ils se répondent l'un à l'autre, interprètent l'un l'autre l'évolution des problématiques et ce, par la médiation d'appareillages du marché.

En effet, cette problématique s'enrichi d'autant plus que d'autres acteurs interviennent dans la définition de la pratique cinématographique et ont une incidence sur les pratiques, sur les stratégies des exploitants, mais également sur les usages des spectateurs. Nous allons le voir maintenant dans la manière dont la valorisation du film est actuellement transformée par les discours médiatiques, mais également par les exploitations connexes au cinéma. Une fois encore, l'analyse ne prétend pas être exhaustive, mais simplement éclairante.

i. L'oubli progressif de l'articulation institution / esthétique dans le discours critique

Dans la fonction de critique, il s'agit structurellement de donner une dimension institutionnelle à l'esthétique. Les critères critiques ont essentiellement contribué à l'évolution des critères de légitimité de l'expression cinématographique. Plus précisément, les critiques offrent une dimension institutionnelle au jugement esthétique : loin de ne proposer qu'un avis prescriptif sur un certain nombre de films, les critiques sont supposées offrir une « grille d'appréciation » des films, une réflexivité qui permette de comprendre sur quels principes le jugement se fait. Autrement dit, la critique offre à la fois une appréciation et les critères de son appréciation, critères supposés « distancier et circonstancier » le jugement, afin que le lecteur puisse lui-même apprécier le jugement critique. Ce faisant, le spectateur, en situant son jugement de goût en relation à la critique, situe son jugement de goût en rapport à l'institution cinématographique.

Cependant, il apparaît que les critiques sont finalement toujours apparus comme « classiques » - c'est-à-dire avec des normes qui réactualisent l'approche critique Romantiques et dix-neuviémiste de l'art - face aux mouvements modernes du cinéma. Loin de permettre un réel espace de négociation et d'interprétation entre la critique et l'espace public, cela renforce l'utopie d'une autonomie de l'espace public cinématographique et laisse des « béances » entre les deux espaces publics. Or, ces béances sont comblées par des effets de *distinction* sociale, puis, progressivement, sont prises en charge, de manière stratégiques par des dispositifs de jugements.

Les critiques ont été, aux cours des années 1920 des acteurs importants de la diffusion et de la reconnaissance de l'art cinématographique. En effet, certains d'entre eux, ont mis en place des ciné-clubs. Cependant, cette activité s'avère très rapidement problématique, critiquée par des rapports de *conatus*, au détriment de la question purement esthétique.

L'influence des critiques s'est considérablement développée avec l'inscription du cinéma sonore puisque ce sont les films qui accaparent la dimension locale et singulière. Cela permet le développement de débats et de conversation nationale au sujet du cinéma et permet l'émergence de nombreuses rubriques qui lui sont consacré au sein des journaux ainsi que le développement de magazines spécialisés. Au niveau intellectuel, de nouveaux milieux apparaissent – et ne se contraignent plus à la qualification de l'avant garde – contribuant à la qualité du cinéma comme art de classe moyenne dont l'équivalence est le théâtre.

« L'assiduité particulière des classes moyennes, au regard de leur poids réel dans la population, explique la plus grande visibilité publique des normes esthétiques (le cinéma est un art) et éthiques (le cinéma doit s'interdire la représentation complaisante de la violence et du sexe) qui caractérisent l'activité culturelle de ces spectateurs »⁴¹⁹.

La crise du cinéma français montre toutes les difficultés rencontrées par les pouvoirs publics dans sa recherche de politisation de l'expertise. Mais il faut comprendre ici la dissension entre une politisation telle que conçue par les pouvoirs publics et telle que conçue par l'espace public cinématographique (dont participe la critique) : l'État veille avant tout à une sécurité industrielle et la qualité est alors caractérisée par la nationalité du film, allant jusqu'à créer un grand prix du cinéma qui ne concerne que les films nationaux ; inversement une association de critiques indépendants ont inauguré en 1937 le prix Louis Delluc qui récompense « *tout*

⁴¹⁹ Montebello F., « Des films muets aux films parlants. Naissance de la qualité cinématographique », *Politix*, année 2003, volume 16, n°61, p.62

film fait pour un esprit français »⁴²⁰. Cependant, il ne faut pas croire que le champ de la critique cinématographique était uni face à l'État. Bien au contraire, dans un souci de légitimation, toute une frange de la critique, particulièrement réactionnaire, participait d'un discours ne définissant pas le cinéma tel qu'il est produit, mais par une dialectique négative, le refus du cinéma hollywoodien ; refus,, par ailleurs, exprimé très souvent à travers des propos antisémites. Dès lors, le débat sur la qualité du cinéma glisse vers des problématiques purement politiques : il s'agit de défendre (ou d'attaquer) le cinéma parlant sur sa capacité (ou non) de nationaliser l'expérience du film.

Du coup, les critiques ont manqué l'interprétation des phénomènes et n'ont pas contribué à clore un débat qui dure encore aujourd'hui quant à savoir si le cinéma est un art ou une industrie, si les exploitants sont des commerçants ou des médiateurs...

Surtout, nous le voyons bien par rapport pourtant aux efforts que les exploitants ont du faire pour répondre aux attentes du public, la critique a développé un débat de manière quasi autistique, puisque ancré sur les logiques internes à l'espace public cinématographique et non plus sur la question de l'espace public (celui-ci n'étant perçu qu'à travers le prisme des objectifs de chaque acteur). En effet, la critique a souvent délégué le spectateur au rang de spectateur passif voire inculte et ne rend pas justice aux compétences et « expertises » d'alors. Ils n'ont pas perçu le rôle central que pouvait alors avoir l'acteur de film, souvent issu du monde du spectacle dont le talent était mieux diffusé par le cinéma.

Dans les années 1950, les critiques ont commencé à avoir une réflexion approfondie sur l'esthétique des films. Les questions politiques générales ont laissé place à la question de la politique des auteurs, c'est-à-dire un engagement de la rationalité de l'artiste. Il y a eu notamment de grands débats quant à la qualité des productions françaises, notamment à *Positif* et aux *Cahiers du Cinéma* et ces débats ont eu une présence suffisamment importante au sein de l'espace public pour que Malraux entame une politique de reconnaissance du cinéma comme art, notamment en institutionnalisant une pratique cinématographique par le soutien des salles *art et essai* et en mettant en place un système de soutien sélectif d'avance sur recette.

Il y a encore des critiques qui s'emploient à diffuser un cinéma de *qualité*, notamment l'Association Française de la Critique Cinématographique parraine en janvier 1950

⁴²⁰ in. Montebello F., « Des films muets aux films parlants. Naissance de la qualité cinématographique », *Politix*, année 2003, volume 16, n°61, p.

l'ouverture du cinéma *Les Reflets* à Paris, première salle *art et essai*, indépendamment des actions de l'État⁴²¹.

Autrement dit, tout se passe comme si la critique émergeait de problématiques « du terrain » : soit en visant précisément un public spécifique, soit en donnant une relative visibilité de l'offre de films à un public plus large. En effet, la revue *Cinéma* opte plus précisément pour une stratégie de l'information, à travers ses tribunes « le guide du spectateur » puis « Vu pour tous » qui connaissent un succès notable.

Dans les années 1960, nous voyons que la légitimation de l'art cinématographique est encore conflictuelle : non pas que le cinéma n'est pas reconnu comme art, mais sa valorisation doit être reconnue par des gens de lettre. Dans les hebdomadaires, ce sont essentiellement des auteurs comme Françoise Giroud ou bien Jean-Louis Bory qui écrivent. Les quotidiens, quant à eux, visent plus précisément l'exercice de journalisme, notamment pour lutter contre les censures. De fait, l'affaire Langlois en 1968 va réunir l'ensemble des critiques dans une préoccupation politique qui devient la dominante des années 1970.

En effet, l'essentiel des critiques de 1970 considèrent le film à la fois selon des critères esthétiques et (peut-être plus fortement encore) politique. La mécanique discursive devient alors très complexe : si le critique défend, à travers le film, une vision du monde, il établit une mécanique d'articulation esthétique / institution en considérant que l'institution elle-même est dans une articulation directe avec les phénomènes sociaux. L'on pourrait croire à une équivalence de la situation des années 1920 et 1930, où, d'une manière ou d'une autre, l'espace public cinématographique visait précisément à exprimer des problématiques sociales. La différence consiste en ce que le cinéma est, dans les années 1970, bien institué, le public est « acculturé » : dès lors, l'esthétique, et les critères de jugement esthétique, sont peu objectivés, au profit d'une analyse contextuelle et politique ; c'est moins le *regard* que le *point de vue* qui importe, ce qui est problématique.

C'est d'ailleurs à cette époque que *Libération* se manifeste, en 1973, en visant une rupture des phénomènes de distinction sociale qu'il voyait alors dans le secteur culturel. De même, *Le Monde* a engagé Louis Marcoelles selon qui la critique ne peut être qu'engagée, militante, au service de la découverte. Cette forte politisation est problématique pour les revues spécialisées qui peinent à se positionner. L'exemple paradigmatique est l'option radicale des *Cahiers du Cinéma* qui entrent dans leur période Maoïste : textes collectifs, disparition

⁴²¹ Vernier J-M, « L'État français à la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention à sa dissolution gestionnaire », *Quaderni* n°54, Printemps 2004

d'images et *focus* sur le cinéma militant. La question qui se pose étant : est-ce que ce positionnement des différentes critiques est un positionnement réflexif, qui offre un cadre de jugement pertinent pour le spectateur, ou bien sont-ce des positionnements stratégiques (soit une stratégie interne au champ – viser une position forte dans l'espace public cinématographique -, soit externe – viser à capter de nouveaux lecteurs) ? Une fois encore, il est impossible de donner une réponse unilatérale et certaine ; en revanche, l'ambiguïté même illustre d'une articulation problématique avec l'espace public. Et les années 1980 vont être une période de crise ; ce qui ne fait que confirmer le caractère problématique de la période antérieure.

En effet, ce développement radical de la critique va connaître la même baisse tendancielle de lectorat que les salles de cinéma en termes de spectateurs dès la fin des années 1970 et au début des années 1980. Ce qui est caractéristique du développement de la critique dans le courant des années 1980 est qu'au lieu de simplement réduire la perspective politique, il y a une grande disparition du débat critique. Beaucoup de revues disparaissent, et les *Cahiers du Cinéma* eux-mêmes, nouvellement dirigés par Serge Toubiana, visent un changement d'image de marque, visible dans sa campagne de publicité : « *on ne se masturbe plus !* ». Cette logique conduit d'ailleurs Serge Daney à quitter le mensuel pour rejoindre *Libération*. Il revient à un travail critique et entame une réflexion sur le cinéma et la télévision – nous reviendrons sur ce critique dans notre chapitre sur les *factor* et *mercator* en partie III, parce qu'il nous apparaît comme un des rares auteurs à avoir proposé une réelle approche réflexive de sa fonction et à avoir permis une articulation significative avec l'espace public. En 1991, un an avant de mourir, il fonde *Trafic*, une revue trimestrielle qui ne s'occupe pas du discours dominant mais s'adresse aux nostalgiques de la cinéphilie des années 60. *Libération*, avec *Le Monde*, les *Inrockuptibles* et *Télérama*, apparaissent comme les seuls organes qui visent un débat critique. Cependant, la majorité d'entre elles sont animées soit par une nostalgie des années 1960 (*Le Monde*), soit par une volonté de créer la polémique (*Inrocks*, *Libération*) ; autrement dit, le positionnement stratégique est absolument déterminant, mais il n'est pas affiché comme tel et laisse croire en un jugement distancié.

Les perspectives stratégiques d'alors, pour de nouvelles revues consistent entre la spécialisation (comme *Mad Movies*, fondée en 1972, *CinemAction*, créée en 1978 ou *Anime Land*, qui naît en 1991) ou un style manifestement destiné aux adolescents (*Première*, en 1976 et *Studio* en 1987, créées par Marc Esposito). Loin des querelles cinéphiles des années précédentes, ces deux revues s'appuient sur les nouvelles stars des jeunes et les films

plébiscités par les adolescents. Toutes deux s'attachent aux coulisses du cinéma, alimentent son côté *événementiel*, en évoquant des films longtemps avant leur sortie notamment au travers de la rubrique " Tournages ". Cependant, la concurrence de *Ciné-Live* - qui a récupéré le créneau des grosses productions -, conduit *Première* à s'orienter désormais vers un cinéma plus « indépendant ».

Partout, comme dans *Le Nouveau Cinéma*, lancé en octobre 1999 par *Le Nouvel Observateur*, l'économie du cinéma s'impose. Autrement dit, le critère d'objectivité est celui du marché, de la réussite commerciale. Le grand problème est la déspecialisation du métier, puisqu'il est désormais couvert à deux tiers par des pigistes. Ce mouvement s'est, par ailleurs, radicalisé avec le développement de la presse gratuite, dont le contenu est explicitement promotionnel.

Ces deux grandes directions ont toutes deux une grande importance au sein de l'espace public. D'une part, les garants critiques de la légitimité et du classicisme participent parfois directement à la sphère pédagogique et politique (conseiller de dispositifs d'éducation au cinéma, conseillers ministériels, enseignants universitaire, critique sur d'autres formats dont la radio...) et participent dès lors très activement à la reproduction de ce discours. Au sein du quatuor *Libé-Inrocks-Télérama-Le Monde*, les auteurs naviguent parfois de l'un à l'autre renforçant alors une tendance à l'orthodoxie⁴²². Celle-ci est d'ailleurs d'autant plus renforcée que, par souci stratégique, elle se proclame comme défense face à l'importance grandissante des discours des autres critiques, qui apparaissent bien plus promotionnels et articulés sur des critères de marché. En effet, de l'autre côté, la presse promotionnelle connaît un réel succès commercial.

Cependant, ce champ reste, par définition, semi-autonome. Et l'importance grandissante du processus de valorisation par la Télévision, par les nouveaux médias, non seulement attaquent précisément le succès économique de la presse écrite, mais elle jettent également un doute sur la pertinence et l'importance des propos qui y sont soutenus. Ainsi, à l'orée du XXIe siècle, le champ est divisé en deux axes (et un troisième, que nous citons déjà, prendra de l'importance quelques années plus tard) :

- la critique picturale et classiciste, soutenue par les quatre organes orthodoxes ;

⁴²² Voir à ce titre l'analyse critique faite par Claude Forest du palmarès des « 100 films les plus beaux de l'histoire du cinéma » établi par les Cahiers du Cinéma en 2007, in. Forest C., *Quel film voir ?...*, op.cit., p.80-88

- le discours promotionnel, auquel s'est progressivement rattaché le discours télévisuel et aux sites Internet ;

- émerge avec le *Web 2.0* une nouvelle logique de médiation critique : l'intermédiation. Celle-ci, nous le verrons, reprend en charge toute l'opacité entre critique et promotion, indépendance et orthodoxie.

Si les acteurs critiques institutionnels restent encore présents et ont une relative visibilité au sein de l'espace public, d'autres acteurs gagnent en importance, en laissant accroire à un point de vue objectif et à une importante délégation de pouvoir au spectateur. Loin de prendre en compte ce caractère problématique et d'avoir une réflexion sur la pratique et l'usage, les critiques institutionnels vont tendre à un enfermement radical de leur champ. Loin de viser l'articulation à l'espace public, ils vont oeuvrer dans un champ semi-autonome dont ils vont principalement viser à affirmer l'autonomie.

Cette mécanique est apparue de manière particulièrement manifeste lors de « l'affaire Patrice Leconte ». L'affaire prend jour le 13 octobre 1999, à la suite d'une erreur informatique où une lettre de Patrice Leconte, adressée à ses seuls confrères de l'ARP (association des Auteurs, Réalisateurs, Producteurs) tombe entre les mains de rédactions parisiennes. Le contenu est le suivant :

« Chers amis,

Depuis quelques temps je suis effaré de l'attitude de la critique vis-à-vis du cinéma français. Je ne me sens pas plus visé qu'un autre (plutôt moins d'ailleurs), mais je lis simplement ce qui s'écrit sur les films. Certains papiers ressemblent à autant d'assassinats prémédités, me font froid dans le dos, comme si leurs auteurs s'étaient donnés le mot pour tuer le cinéma français, commercial, populaire, grand public.

Je ne sais pas ce que nous pouvons faire face à cette situation critique (le mot est amusant). J'ai bien quelques idées, mais je ne sais pas si elles sont bonnes. J'aimerais en parler avec vous, de manière informelle. (...) Patrice Leconte »⁴²³

Libération réagit immédiatement, Olivier Séguret proposant une interview à Patrice Leconte, qui s'y explique, mais ne revient pas sur ses propos. Au contraire, les reproches se font plus précis (*Libération*, *Le Monde* et *Télérama* sont directement mis en cause) et plus agressifs. *Le Monde*, notamment, affirme que les critiques servent de boucs émissaires dans la crise du cinéma français et met directement en cause la télévision et les distributeurs. En quelques jours, l'affaire prend une ampleur inattendue, les cinéastes répondent à l'appel de Patrice

⁴²³ citation extraite dans Forest C., op.cit.

Leconte et organisent une réunion exceptionnelles de l'ARP le 4 novembre. La vingtaine de réalisateurs présents s'accordent sur la nécessité d'une action commune, mais peinent à s'entendre sur les moyens à employer. Il est finalement décidé de rédiger un texte destiné à être publié, signé par tout cinéaste concerné et diffusé dans les salles de cinéma.

Tout cela signifie bien que la problématique élémentaire du champ n'est pas posée et glisse vers un antagonisme entre cinéastes et critiques, là où précisément il y a complémentarité. Sans rendre compte de l'ensemble de ce conflit⁴²⁴, il s'agit pour nous de pointer les moments les plus éclairants quant à la difficulté des critiques, comme des producteurs, d'avoir non seulement une vision globale de la distribution des rôles et de l'interdépendance de chacun au sein du champ cinématographique, mais, pire encore, permet d'envisager, a fortiori, l'incapacité totale du champ à s'inscrire dans une logique plus globale encore (dans laquelle il ne serait qu'un élément).

Le 24 novembre, *Le Monde* publie, en avant-première, le texte élaboré lors de la réunion de l'ARP ; le lendemain matin, *Libération* réplique, en publiant l'intégralité de ce même texte. Ce texte pointe un certain nombre de dérives propres au champ de la critique :

« L'exemple le plus caricatural et le plus pitoyable se trouve dans les *Inrockuptibles* quand quelques mois avant la sortie et sans en avoir vu aucun, Frédéric Bonnaud et Serge Kaganski donnent la liste des films de la rentrée 1996 sous le titre *Les films qui nous donnent envie de changer de métier. Ça les amuse ? Pas nous* »⁴²⁵

Libération et *Le Monde* qui sont mis en cause, le premier pour ses « phrases dégueulasses » sur le film de Polanski ainsi que pour les jeux de mot faciles de ses rédacteurs, Gérard Lefort en tête, le second Jacques Mandelbaum pour ses " *lignes pleines de morgue et de sentiment de supériorité* ".

Le texte vise plus globalement le système, qui permet aux mensuels (en l'occurrence, *Première* et *Studio*) d'éreinter une oeuvre dix ou quinze jours avant sa sortie. Cependant, le point qui enflamme le débat (et à juste titre dans la recherche d'une relative autonomie de la critique) est la solution proposée par les réalisateurs : « *nous souhaiterions qu'aucune critique négative d'un film ne soit publiée avant le week-end qui suit la sortie en salles* ».

Il n'est pas encore signé, et comme tout texte inachevé, ce " manifeste des réalisateurs en colère " divise les cinéastes et offre à ses adversaires des arguments de choix : *Libération* y ajoute donc la liste des erreurs qu'il comporte. Le développement de cette affaire va conduire

⁴²⁴ pour une vision plus complète, se référer à : <http://archive.sensesofcinema.com/contents/00/8/leconte.html>

⁴²⁵ citation extraite de ce site.

Claude Miller à démissionner de son poste de directeur de l'ARP et se clôt sur la dénonciation de fautifs externes : le marché, l'État, la télévision⁴²⁶. C'est dire l'incapacité d'entrevoir les problématiques émergentes au sein du champ et l'effet de solidarisation fragile du champ dans sa globalité. C'est dire, d'ailleurs, à quel point l'héritage de Daney – notamment ses réflexions à propos de la télévision, qui l'ont conduit à une réflexion de ses expériences et de sa posture de critique cinématographique – est incomplet. La pratique du champ de la critique institutionnelle tend ainsi à négliger et mépriser des acteurs pourtant complémentaires et nécessaires (la télévision et l'État) ainsi que sa propre logique interne de pérennité (le marché). Au lieu de voir que le fond de la critique des cinéastes était à l'encontre du positionnement stratégique et provocateur des critiques – qui tendent ainsi à oublier qu'ils articulent les films à l'espace public, puisqu'ils dévalorisent les films et jugent sans aucune objectivation évaluable au sein de l'espace public -, les critiques se sont enfermés dans une question de principe. Et parce que ce dialogue de sourd était intenable, et tendait à montrer les failles de l'espace public cinématographique, la faut est alors rejetée aux acteurs externes, la problématique est différée.

C'est dans ces « creux », dans ces « béances », que le marché s'insinue et offre une relative objectivité : d'une part, dans la presse et sur Internet en offrant des critères spécifiques au marché (box office) et, d'autre part, à travers l'émergence de dispositifs d'intermédiation – qui, par définition, dénie toute forme institutionnelle, pour un procès de valorisation et d'appréciation « horizontal », généré par le public lui-même.

Il n'en demeure pas moins que les formes institutionnelles restent importantes – au moins un repère vis-à-vis duquel se positionnent les nouveaux espaces « critiques » - et les acteurs de la critique institutionnelle ont encore une importance au sein de l'espace public cinématographique. De même, au sein des institutions, leurs doctrines ont encore une incidence éditoriale au niveau des dispositifs. En effet, nombre de critiques des *Cahiers du Cinéma* sont également cinéastes ou intervenants au sein des différents ministères de la Culture et au sein des dispositifs pédagogiques (par exemple, Pascal Bonitzer et Alain Bergala). De même, *Télérama* et *Le Monde* jouissent d'un statut de revues et quotidiens de journalisme. Autrement dit, il y a une sorte de boucle de légitimation de leur discours où leur critique est légitimée par une reconnaissance extérieure qui, elle-même, est renforcée par la doxa de leur critique.

⁴²⁶ Forest C., op.cit.

Les critères de jugement, au sein de ces différentes sources, sont finalement réduits et sont exclusivement orientés sur le film et sur sa valeur esthético-morale. Il s'agit, plus précisément de *critères d'expert*, tels que les qualifie Laurent Jullier⁴²⁷. Il s'agit d'évaluer l'originalité et la cohérence. Ces critères sont parfois ouverts vers d'autres formes de critique, par exemple la *critique commune* qui évalue le caractère édifiant et émouvant d'un film ; *Télérama*, notamment, avec son critique Aurélien Ferenczi, qui est spécialisé dans les grandes productions hollywoodiennes, est une *critique d'expert* camouflée par des remarques de la *critique commune*. Le critère qui est absolument rejeté est celui de la *critique sauvage*, basée sur le succès et la réussite technique des films. Cependant, ces critiques institutionnels tendent souvent à croire que le public, que l'espace public, amalgame *critique commune* et *critique sauvage*.

ii. L'articulation institution / esthétique dans le discours critique et sa subversion dans l'appareillage du marché : la « torpille télévisuelle »

Par-delà le développement très important des discours uniquement promotionnels (notamment dans la presse gratuite) – et dont le critère de qualité n'est même plus le box office, mais les recettes des films –, l'espace critique dans la presse généraliste se réduit, au profit d'interprétation morale des films. De même, l'espace dédié à la critique de film tend à se réduire dans plusieurs journaux et magazines : Le *Nouvel Observateur* a réduit l'espace d'information cinématographique de 5 pages à 2 pages entre 1995 et 2010 – excluant dès lors les informations pratiques, les événements artistiques et théoriques touchant de près ou de loin le champ cinématographique...⁴²⁸

Libération se consacre au cinéma notamment dans ses feuillets « écrans », qui prennent en compte les multiples dispositifs d'accès aux films. C'est que le champ critique s'est disséminé dans plusieurs logiques de médiation dont Lucien Karpik offre un grand développement dans

⁴²⁷ Jullier L., *Qu'est-ce qu'un bon film ?...*, op.cit.

⁴²⁸ Bien que la démonstration déborderait trop largement le cadre de cette thèse, il est intéressant de souligner que, pour nombre de revues, il y a e un réel basculement au tournant de 2000. Est-ce le résultat d'une première rationalisation du secteur avec les dispositifs d'Internet ? Cela permettrait d'expliquer l'autre basculement, quelques années plus tard, avec l'émergence du *Web 2.0*.

son analyse de l'économie des singularités⁴²⁹. La logique de valorisation des films dépasse très largement la simple exploitation en salle. La multiplicité des dispositifs de valorisation implique un positionnement précis de la part de l'agent.

À ce titre, il est intéressant de remarquer le positionnement de la télévision vis-à-vis de cette chaîne de valorisation. Suite aux lois de Lang, les télévisions sont obligées de transférer une part de leur chiffre d'affaire au CNC et d'investir dans des productions françaises. Mais, le plus intéressant pour nous, présentement, est moins le positionnement de la télévision au sein du champ – même si les grandes chaînes sont à tous les niveaux de la filière – que le discours qu'elle porte sur la pratique cinématographique. En effet, nous sommes témoins d'une disparition de la *critique* – au sein strict du terme, c'est-à-dire d'un espace de distanciation visant un jugement problématique – sur les chaînes de télévision.

TF1 et *France 2* promeuvent, lors de leurs présentations des films, les coûts et bénéfices de ceux-ci. Par exemple le JT de TF1 du vendredi soir va rappeler le Box-Office : ce qu'a rapporté chaque film, celui qui a eu le plus d'entrées. Ces deux chaînes mettent aussi en avant les acteurs et les anecdotes de tournage plutôt que le film en tant que tel. Par exemple, la sortie en DVD du *Guépard* dont la version restaurée a été présentée à Cannes. À la fin du JT de 20h de *France 2* sont invités Alain Delon et Claudia Cardinal. Ils sont présentés comme un couple de légende. Le journaliste rappelle les prix qu'a reçu le film en 1963, et présente un extrait de la nouvelle version. On évoque également leurs anciens rôles, et on insiste sur le fait que les acteurs sont des « survivants » du film. La valorisation du film, en tant que tel, réside dans sa comparaison avec *Autant en emporte le Vent*. Durant l'interview il y a une recherche de l'anecdotique (larme de Delon, etc).

Les chaînes insistent néanmoins sur leurs propres productions. Par exemple, *A bout portant*, particulièrement présent sur *France 2* où Gilles Lelouch est mis constamment en avant de *Télématin* à *On n'est pas couché*. Il montre qu'il est fier de son film, ici on vend l'acteur et ses anciens succès comme *les petits mouchoirs...*

TF1 et *France 2* promeuvent les Blockbuster américains néanmoins *France 2* préférera mettre en avant les films français. C'est d'ailleurs le rapport à la culture française qui est souvent défendue sur cette chaîne, notamment avec *A bout portant* : « Digne d'un cinéma hollywoodien mais avec l'humanité du cinéma français » ; Gilles Lelouch « reconnaît des références anglo-saxonnes mais film extrêmement français dont (il est) très fier ».

⁴²⁹ Karpik L., *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007

Autrement dit, ces chaînes valorisent les films sur lesquels elles peuvent, lors des négociations de diffusion télévisuelle, se positionner. Et elles travaillent activement à la réussite commerciale de certains films en salle. En effet, ni sur *TF1*, ni sur *France 2*, il n'y a d'émission qui parle de cinéma durant les heures les plus « creuses » de la journée ; les pics d'audience se situant le matin, entre les midis et le soir, on retrouvera dans ces tranches horaires, ainsi que la nuit, les émissions traitant de cinéma. Selon le public et l'heure de la programmation de l'émission, la présentation d'un même film sur une même chaîne, peut changer. Mais les critères fondamentaux de jugement restent ceux du jugement commun : « Vibrant », « Thriller Haletant », « film qui laisse à bout de souffle ». On constate que la façon d'en parler est toujours la même que se soit dans un JT ou une émission : on montre quelques extraits, la bande annonce ou encore l'affiche, tout en faisant une critique « commune » du film.

Le rapport du cinéma et de la télévision est relativement complexe puisque la télévision se positionne à la fois comme inscrite directement dans le champ – et dès lors, est « intéressée » - et/ou exploite le cinéma comme un tiers objet de captation de public et de valorisation de la chaîne. Il n'en demeure pas moins que les deux sont en régime d'interdépendances. Ce qui implique un discours absolument consensuel de la part de la télévision qui permette ce maintien de *statu quo*. Lorsque le consensus est brisé, cela implique des dommages collatéraux.

Un bon exemple de rupture du consensus est celui de l'intervention de Nicolas Bedos qui, dans l'émission *on n'est pas couchés*, a émit un jugement sarcastique à l'encontre de *Elle s'appelait Sarah* : derrière la bienveillance des films sur la Shoah et du devoir de mémoire se trame, nous dit-il, finalement rien d'autre qu'un « commerce de bons sentiments ». Le rapport des chaînes de télévision aux films est, dans ce cas de figure, encore plus radicalisé : on ne peut plus critiquer les films concernant la seconde guerre mondiale sans directement être considéré comme antisémite. Cette prise de position a fait polémique car de nombreux spectateurs et de nombreux acteurs institutionnels ont été choqués par son discours, que certains ont même qualifié de « suicide médiatique ». Ce « choc » des spectateurs illustre aussi le fait que si une chaîne change de discours elle change alors d'identité et donc perturbe ses spectateurs.

Cependant, ce positionnement ne s'établit pas seulement sur le discours, mais également à travers la programmation de films. *Arte*, *TF1* et *France 2* sont, à ce titre, des exemples intéressants. Entre *TF1* et *Arte*, justement, *France 2* est dans une situation un peu complexe

où elle assume l'image d'une chaîne généraliste, mais avec un objectif de relatif développement culturel : France 2 diffuse désormais tous les dimanches soir à partir de 22h30 des séries de courts- métrages, diffuse majoritairement des films français. Mais ce positionnement est-il celui d'une chaîne qui vise une légitimité culturelle, ou bien cela exprime simplement l'incapacité de concurrencer *TF1* ?

Arte est une chaîne hautement *légitime* (au sens Bourdieusien) et gagne cette légitimité par son importante diffusion de films : en effet, sur une période d'un mois en 2010, la diffusion de film représente plus de 34% de la programmation globale et n'a d'équivalent, sur la chaîne, que la diffusion d'émissions « culture-infos » (46% de la programmation). Inversement, sur *TF1*, le film est rare puisque dans les *prime-time*, il ne correspond qu'à 7,5% des programmations globales.

Il est intéressant d'ailleurs de remarquer quels sont les formats de fiction qui remplacent les films. Ce sont les séries télévisuelles, qui recouvrent près de 40% de la programmation de la première chaîne et qui tendent à faire totalement disparaître les téléfilms. Dans une analyse stratégique, nous voyons bien que le rapport « qualité/prix/audience » entre un film et un téléfilm est manifestement en faveur d'une série.

Cela ne veut pas dire que le film disparaît totalement de *TF1*. Bien au contraire, il est peut-être d'autant plus *événementialisé* que sa diffusion est un peu plus rare. Simplement son format ne correspond plus à la logique de la quotidienneté télévisuelle. Autrement dit, si *Arte* reste sur une logique de légitimité classique, *TF1* vise une singularité du dispositif télévisuel.

Dans tous les cas, le film est inscrit dans une chaîne de valorisation où le dispositif télévisuel – et notamment les grandes chaînes publiques – ont une incidence. L'importance de ces chaînes, dans la chaîne de valorisation d'un film – et dans la définition de la pratique cinématographique – est d'autant plus grande qu'elles sont engagées en amont – dans la production et la visibilité du film – et en aval – par la télédiffusion du film. Pour certains films, la télévision accompagne tous les niveaux de la filière cinématographique et se montre, auprès du public, comme médiateur de toute la filière, comme représentant et acteur de l'espace public cinématographique (la télévision produit des œuvres audiovisuelles, en fait la critique – ou, au moins, leur donne une visibilité dans l'espace public – et en propose une diffusion). La télévision pose ainsi un problème à l'espace public cinématographique institué : elle crée une unité, une continuité logique entre tous les logiques de la filière. C'est là une grande importance du marché – importance grandissante versus la perte de pouvoir

institutionnel : le marché offre, au spectateur, un *continuum*, là où l'institution montre des « failles », des « césures », des « béances » et met ses acteurs en conflit.

iii. L'articulation institution / esthétique dans le discours critique et sa subversion dans les commercialisations connexes : la « torpille » de l'intermédiation

Le développement des NTIC – dont la logique économique et signifiante n'est que la radicalisation de ce que l'on vient de voir avec la télévision - conduit à l'émergence d'un nouveau type de médiation que certains auteurs ont qualifié *d'intermédiation*. Il s'agit, en quelque sorte, d'une rationalisation de phénomènes de *leading* d'opinion qui existaient déjà auparavant et que les études portant sur le champ et la diffusion culturelle ont déjà pointé dès les années 1960. Notez bien que l'on parle « d'opinion » : c'est dire si, derrière l'apparat de jugement esthétique, il s'agit moins de diffuser des critères objectifs de jugement, des problématisations de l'expérience, que la manifestation et la diffusion d'avis et, ce faisant, la reconnaissance de *l'individualité* et du *conatus*.

L'intérêt de faire un détour (non exhaustif) vers ces médiations est double. D'une part, il permet de voir à quel point la chaîne de valorisation d'un film dépasse très largement le simple champ de l'exploitation cinématographique – et donc, que la pratique cinématographique n'est plus seulement définie par les acteurs institutionnels de l'espace public cinématographique - , et que cette chaîne semble être « intégrée » dans l'esprit des usagers. D'autre part, ces médiations expriment toute l'ambiguïté chez les usagers entre désir et *conatus*, et permet de comprendre pourquoi il y a cohabitation de deux dimensions de la médiation culturelle (moderne et postmoderne).

Ce détour comprend à la fois la commercialisation des films (à travers *Cdiscount*, *Fnac.com*), la logique de discours qui supporte cette commercialisation et les médiations proposées sur *Allociné.com*.

Le positionnement et le discours de la *Fnac* est particulièrement intéressant pour nous. En effet, étant une entreprise reconnue de vente de biens culturels, la *Fnac* a dû reconfigurer sa stratégie de commerce en se positionnant sur les nouveaux médias. Dans les magasins, par-

delà la stratégie de fidélisation par l'intermédiaire d'offres pour les adhérents, la *Fnac* exploite deux modalités d'offre : d'une part, la mise en avant des têtes de gondoles et, d'autre part, les points d'information client. De plus, la *Fnac* – comme sa concurrente *Virgin* – développe une stratégie de *push* par des offres groupées (c'est-à-dire qu'on engage un achat groupé suite à l'initiative d'achat sur un produit ; autrement dit, on souligne l'engagement du consommateur dans l'acte d'achat).

Ces stratégies est en partie reprise sur le site *Internet*, notamment une stratégie de *push* classique, à laquelle s'adjoint celle d'une livraison gratuite à partir d'un certain montant d'achat. De plus, l'on retrouve une segmentation des offres en différents « espaces passion », dont « passion DVD » : dans ces rubriques, on retrouve une sélection faite par les vendeurs que l'internaute peut commenter. Le site essaye d'assurer la qualité de ses produits par la légitimité de l'avis de ses employés. Autrement dit, l'on tend à reproduire, partiellement, une logique institutionnelle, ici évaluée par la pérennité et l'importance de la marque et de son image de marque.

Cependant, la légitimité est plus « horizontale » (que dans un registre de distinction et de hiérarchisation) et tend à s'inspirer des modèles des forums de consommateurs puisque le « passionné » n'est plus seulement le représentant d'une marque mais se met dans le rôle du potentiel acheteur en testant le produit.

Cette posture est produite par un renversement des rôles entre le client et l'expert : l'expertise est facilitée par le consommateur qui, parfois, s'auto-catégorise. À ce titre, l'exemple du « moteur à cadeaux » à Noël, c'est-à-dire un moteur de recherche interne pour trouver le meilleur cadeau à offrir, implique d'entrer plusieurs catégories restrictives : le budget, puis le genre, l'âge, et le « style » du consommateur (« urbain branché », « sportif »...). La stratégie est ici double : d'une part, cela facilite la segmentation et la connaissance des segments de la clientèle et, d'autre part, cela contribue à rassurer et à valoriser la singularité du consommateur (puisque celui-ci concède participer d'une communauté de goût donnée). Dans ce procès, c'est moins l'objet qui est valorisé que l'acte d'achat et cela tend, dans les usages, à renforcer l'importance du spectateur, peut-être au détriment d film et donc, de l'expérience qu'il peut offrir.

L'offre cinématographique en ligne reprend la hiérarchisation implicite des dates de sortie et des succès en salle. Dans l'onglet « DVD Blu Ray », l'offre promotionnelle est tout

de suite montrée par l'intermédiaire d'une bannière diffusant toutes les trois secondes un produit différent. Une fois encore, pour assurer un maximum de ventes, le site met en avant des films à grand succès tel que *Twilight*. En dessous, des idées de cadeaux sont proposées aux internautes, ainsi que les meilleures ventes, cela permet une fois de plus de guider l'achat. En exclusivité, un cadre « DVD et Vidéo » propose aux clients la possibilité de pré-réserver des films actuellement en salle. On observe ici que la stratégie marketing d'un distributeur peut tendre à long terme à modifier les pratiques cinématographiques : c'est l'actualité des salles qui est incitatrice, mais la consommation s'étend bien au-delà de la durée de vie en salle.

Dans la même logique, et dans une logique d'affirmation du caractère quasi-institutionnel de la firme, le site propose aussi la réservation de places de cinéma des sorties événements et des prochaines avant premières. Pour plus de facilité, un moteur de recherche par critère permet à l'internaute de sélectionner sa région et le film qu'il souhaite aller voir. La stratégie insiste sur le caractère *événementiel* de l'offre cinématographique. En effet, l'on vous propose d'un côté d'être un des premiers consommateurs à voir un DVD qui vient de sortir parce que vous l'avez réservé. Autrement dit, il y a une reproduction du schéma des salles sur le schéma de consommation des nouveautés DVD. Le site donne néanmoins l'occasion de réserver vos billets pour des avant-première donc d'être dans les premiers spectateurs à regarder un film pas encore sorti pour le reste du public.

La *Fnac* exploite à la fois un registre institutionnel et un registre de pur commerce, et ses stratégies s'enracinent dans ces deux registres ; ce qui est intéressant, c'est de voir comment, progressivement, ce commerce réduit les logiques de médiation en logique d'actes. D'autres sites, comme *Amazon* et *Cdiscount*, sont spécifiquement orientés sur le commerce en ligne et connaissent un réel succès par les innovations au sein de leur offre – innovations qui radicalisent ce qui était encore ambigu à la *Fnac*.

Amazon principalement regagne la confiance de sa clientèle en s'effaçant derrière la garantie de l'avis des autres consommateurs, même si l'argument commercial de ces sites est principalement le bas prix des produits (ce site est principalement connu pour ses offres groupées et les DVD à un prix bradé).

Mais ils proposent également des services complémentaires : sur *Cdiscount*, il est possible de payer en plusieurs fois sans frais, sans adhésion obligatoire. En ce qui concerne *Cdiscount* la

technique de vente la plus évidente est celle des « ventes flash ». Ce sont des offres sur certains produits, qui ne durent qu'un certain temps. La limite en temps ainsi que le côté *événementiel* de la vente incitera le consommateur à réaliser un achat impulsif. En cliquant sur un lien pour vente flash sur un home cinéma, nous remarquons tout de suite l'accroche : "Un Noël contre la montre, il y en aura pas pour tout le monde". La limite des stocks entraîne le consommateur à acheter rapidement ; en outre, cela « dramatise » l'acte d'achat, et la consommation apparaît alors comme un « bon coup » du consommateur, la manifestation de sa capacité à saisir des occasions, des opportunités, un *kairos* du capitalisme en quelques sortes (puisque'il s'agit d'une qualité exprimée et manifestée dans une pure logique d'échange marchand)...

Sur les deux sites, en cliquant sur un produit, par exemple un DVD, on remarque une fois de plus la mise en avant du prix : le prix conseillé barré, le prix réel en rouge et l'économie réalisée par le client. Le descriptif s'articule sur des liens (acteurs *tagués*, langues, nombre de disques, etc.). Mais la grande stratégie d'*Amazon* consiste dans la place dans le classement des produits *Amazon* ainsi que les commentaires, l'avis des différents clients, ce qui influence le consommateur. L'on voit apparaître beaucoup de rubriques qui incitent à acheter d'autres produits, "produits fréquemment achetés ensemble", "qu'achète les clients après avoir consulté cet article", " mot clé associé par les clients à ce produit", "les clients ayant acheté cet article ont également acheté". En effet, dès l'inscription sur le site, on nous incite à évaluer des produits, les commenter, les critiquer. Il est aussi possible de se créer un profil, d'afficher ses "listes d'envie", les produits que l'on possède. Le consommateur apparaît clairement comme un prescripteur potentiel pour d'autres consommateurs.

La rationalité est même beaucoup plus complexe puisqu'il est même possible d'évaluer les mots-clé. Plus le client achète, évalue, plus il est possible à *Amazon* d'affiner leurs catégories d'acheteurs. Il devient alors possible de créer des réseaux de clientèles structurés en communautés. Au sein de cette communauté se reconstruit des effets de distinction : notamment à travers la rubrique « pour les cinéphiles ». En cliquant par exemple sur *Citizen Kane* , on note que les autres films évoqués sont presque tous d'Orson Welles. Les catégories sont donc beaucoup plus précise. Ici les produits sont destinés à des individus qui se veulent plus « cultivé », voir spécialiste en cinéma. A l'image des commentaires, où l'on voit proliférer des termes techniques. Exemple d'un commentaire d'internautes sur le film *Citizen Kane* :

«On sait toutes les prouesses techniques réunies dans ce film. Pourtant, comme le souligne quelqu'un, le procédé de flash-back était déjà utilisé avant, et en France, avec *Le jour se lève* de Carné. La contre plongée aussi était une figure de style utilisée en Europe, par Murnau, Lang, et que John Ford aussi affectionnait. »⁴³⁰.

Ce sont des internautes qui revendiquent cette étiquette d'intellectuel, par création de liens entre différents films. Cependant, ces commentaires n'ont aucune légitimité (ils sont mêmes tentative de légitimation performative), ils ne servent qu'à confirmer les goûts et réflexions des consommateurs sur ce film. Les producteurs peuvent obtenir plus d'informations et le site mieux vendre, en s'appuyant sur ces interventions, qui utilisent une certaine technique d'argumentation.

Avec cette clientèle plus segmentée, il y a une modification de l'organisation du marché : on passe d'une organisation verticale par produit à une organisation horizontale "par micro segments de clientèle", les produits sont définis après la formation d'une clientèle qui leurs correspond exactement. *L'intermédiation* est la logique sur laquelle se fonde (et se légitime) le commerce principal de ces sites.

Mais il est à noter un point : il y a une ambiguïté dans l'exploitation des dispositifs du *Web 2.0* sur ces sites. En effet, ils exploitent la logique des réseaux pour commercialiser des films, or, précisément, la logique de réseaux implique une conception de valorisation sur des biens non-rivaux. Lorsque l'on voit l'importance accordée aux promotions, nous comprenons toute la subversion du principe de non-rivalité. Cette subversion économique du principe de non-rivalité est le pendant spéculaire de la domination du *conatus* dans les actuelles logiques de « médiation ».

En revanche, ces stratégies s'enracinent (et renforcent du même coup) la rotation de film et le caractère événementiel de la sortie au cinéma, d'une part en les annonçant et, d'autre part, en permettant de prolonger la valeur du film. C'est au travers de logiques à la fois collectives et individuelles (à la fois « box-office » , et « recommandations personnalisées ») que les institutions comme la *Fnac* ou les sites *Internet* vont essayer de « raviver la flamme du film » ; et nous voyons bien qu'il s'agit d'un procès de valorisation similaire à celui des multiplexes. Si la valeur symbolique est maintenue, il ne restera donc plus qu'à montrer au spectateur que son film est accessible, précieux, et il est le fruit de sa volonté. On parsème

⁴³⁰ Consulté sur *Amazon.fr* en décembre 2010

d'offres spéciales les sites de vente et promotions, on fait des coffrets *collectors*, des offres spéciales défiant évidemment toute concurrence, et on sert le spectateur de manière noble en exprimant les préoccupations des commerçants à son égard. Il s'agit de se différencier en exprimant une logique de personnalisation du produit et du service de vente ; c'est précisément la personnalisation de l'achat qui participe à la valeur du produit. Nous comprenons ainsi comment certains commerces comblent les « béances » laissées par l'institution : il s'agit de laisser entendre que ce sont les acteurs de la sociabilité, les acteurs de l'espace public, qui créent la valeur du produit. Ils y participent, certes, mais la manière dont l'échange marchand et signifiant est engagé laisse entendre que les spectateurs sont les moteurs de la valorisation – ce faisant, on sépare la logique dialectique de l'expérience et l'on se retrouve, d'une manière nouvelle, dans les écueils que l'on a pointé chez Schéfer.

Il ne faut pas croire que les appareillages de marché ne s'appliquent que dans le commerce. Ils ne s'inscrivent pas seulement dans les pratiques et discours des multiplexes, ni seulement dans les pratiques et discours des vendeurs de DVD ; les appareillages de marché participent aussi de la valorisation des films dans la diffusion d'informations relatives à l'espace public cinématographique au sein de l'espace public ainsi qu'au sein d'Internet. C'est même la présence de ces sites « d'information » qui crée la continuité logique entre les différents commerces, ainsi qu'une articulation avec l'espace public. C'est également à travers ces dispositifs « d'information » que les critères propres au marché trouvent leur légitimité, leur performativité et conduisent ainsi à une redéfinition des usages. L'exemple le plus éclairant de ce positionnement stratégique est le site Internet *AlloCiné.com*.

Ce site offre des informations quant aux films existants ou encore au stade de projet. Mais, la plus-value de ce site consiste à articuler information et jugement de goûts institutionnels comme les jugements de goûts plus « horizontaux » ; autrement dit, ce site prétend rendre compte de l'articulation espace public cinématographique/espace public et se poser comme agent neutre d'articulation institution/espace public. En effet, le site possède une base communautaire à travers laquelle se déploie des avis, des critiques de la part des membres contributeurs (avec l'intérêt substantiel de ne pas être contraint à être membre pour pouvoir jouir de ces critiques). Ainsi, à travers ces multiples liens, *AlloCiné* propose, a priori, une redistribution plus complète de critères de jugement de goût, que le site résume en un aperçu global de notation par étoile (généralement extrapolée et calculée).

Dans l'ensemble, au niveau de la critique institutionnelle, les critères sont régulièrement portés sur le scénario, les personnages, le discours du film ainsi que ses références

intertextuelles (et politiques). La critique collaborative implique une exigence minimum de 50 caractères, et ces critiques sont soumises à modération avant d'être diffusées. Ce qui est notable c'est la manière dont la critique « horizontale » puise sa propre formulation et se positionne vis-à-vis de l'institution. Il y a la reprise de la plupart des critères employés par la critique institutionnelle, mais en nombre restreint (les articles ne couvrent généralement pas plus de deux critères). La spécificité apparaît dans la radicalité où les avis sont généralement moins nuancés que ceux des critiques institutionnelles vis-à-vis desquelles, régulièrement, les internautes se positionnent explicitement. Le discours dominant est généralement orienté sur le ressenti du spectateur et ne vise pas spécialement à donner une approche globale et multicritères de l'expérience. Cela montre également à quel point la fonction critique est mal interprétée.

Cependant, la navigation d'un usager qui cherche à puiser des informations est régulièrement sollicitée par des offres commerciales. En effet, avant même de pouvoir accéder à la page d'accueil du site, l'utilisateur est confronté à la promotion d'un film – avec bande-annonce, teaser, date de sortie nationale -. Cette page invite d'ailleurs l'utilisateur à partager le contenu sur des réseaux sociaux (*Twitter, Facebook*).

La page d'accueil elle-même est mise en page de telle manière que la barre de recherche n'apparaît pas de manière manifeste ; ce sont les actualités qui sont mises en valeur (bandes annonces, fond d'écran à l'image d'une actualité cinématographique, liste des sept actualités de la semaine à ne pas manquer...). À ce titre, le site propose une inscription sur les flux RSS. Autrement dit, l'utilisateur est sollicité à suivre le rythme de rotation de films. On a alors, en premier, tout ce qui est information de premier ordre comme la date de sortie, le synopsis, le nom du réalisateur ainsi que le nom des acteurs, l'affiche du film et sa bande-annonce. L'encadré vertical sur la droite prétend présenter l'essentiel du film, avec les vidéos, les photos, et critiques concernant le film et crée une intertextualité, par le renvoi vers les *blogs*, les films toujours à l'affiche et les films considérés comme similaires... Ce qui peut aussi éventuellement relever l'attention de l'individu est le lien « les 10 bonnes raisons d'aller voir ce film ». On clique, les trois premiers raisons sont des liens qui ramènent au classement de notes des spectateurs et de la presse.

La page type de chaque film est, par ailleurs, relativement intéressant quant aux données qui y sont offertes, explicitant les informations qui sont jugées pertinentes autour d'un film. Un point qui est particulièrement intéressant sur ce site : son *intermédialité*. En effet, malgré son nom, il ne couvre pas seulement l'actualité du cinéma, mais également l'actualité télévisuelle

(et plus précisément les séries) et propose des *Video On Demand* (dont le site propose un certain nombre de « coups de cœurs »).

Le principe de ce site – comme celui des commerces sur Internet - exploite l’ambiguïté qui réside au sein même de la médiation culturelle. En effet, pour mémoire, la médiation culturelle implique l’articulation du singulier et du collectif, l’articulation du désir et du politique, sublimée par l’expérience esthétique. Le principe de ce type de site consiste à considérer déjà, de manière esthétique, l’appréhension des phénomènes artistiques. L’usager peut déjà participer à ce préambule de médiation : il peut le faire à la fois comme sujet de la médiation et comme sujet médiateur. Et, c’est sur ce point que réside l’ambiguïté : à la passivité du désir se conjoint l’activité du *conatus*.

En effet, ces espaces comprennent à la fois le lien communautaire, qui est formaté par l’échange asynchrone, et la reprise de la dimension événementielle au sein de l’espace public. Si, économiquement parlant, ces commerces sont en interdépendances avec le champ cinématographique, nous voyons bien que la rationalité n’est pas la même : ici, le marché final est progressivement remplacé par un *méta-marché*, constitué d'apprentissages réciproques entre offre et demande de formes, là où le cinéma n’est qu’une « économie de la qualité ». Or, d’une part, cette logique de *métamarché* devient intégrée au niveau des usages et, d’autre part, les principaux investisseurs qui participent de cette logique pénètrent progressivement dans l’économie du champ cinématographique (d’autant plus que le cinéma est désormais numérique à tous les niveaux de la filière). Autrement dit, les possibilités infrastructurelles au sein du champ incite l’introduction de nouvelles rationalités que le champ, dans son ensemble, ne saisi pas.

Le *métamarché* est une économie de la *qualité* complexifiée, enrichie notamment par les prescriptions horizontales. Elle conduit notamment à une hiérarchisation interne des pratiques et des usages, rationalisée à partir de la reconnaissance au sein de l’espace public, de certains discours : cela profite à l’exploitation qui valorise le caractère spectaculaire et événementiel du cinéma, parce qu’elle apparaît encore comme l’instance de légitimation qui permet une exploitation plus ou moins importante du film sur d’autres supports.

iv. Comment le marché se construit comme seul référent possible : l'économie des singularités et la désingularisation

L'avantage considérable du travail de Karpik⁴³¹, surtout s'il est mis en parallèle avec celui de Claude Forest⁴³², consiste en ce qu'il permet de voir, du côté de Karpik, la manière dont le marché réduit la définition de la pratique cinématographique et, du côté de Forest, la perception que les acteurs ont eux-mêmes sur leur fonction et sur les conditions d'émergence de jugements qui ne caractérise que la valeur telle que définie par la logique de consommation. En effet, le marché est « appareillé » de divers dispositifs de jugements qui participent d'un grand complexe de système de jugement qui objective et légitime les logiques de marché. Autrement dit, nous allons voir comment, à sa manière, le marché propose une sorte de « partage du sensible », orientée sur la logique de consommation de films (occultant alors la question du politique) et comment, à travers ce « partage » exprimé en « dispositifs de jugements », le marché englobe l'espace public cinématographique, lui appose des valeurs (d'échange) particulières.

Les dispositifs de jugements décelés par Karpik⁴³³ ont pour fonction d'informer et d'orienter le spectateur dans son choix de film. Ils opèrent un processus de qualification du film, et engage une certaine « disposition » de l'usager, puisqu'il s'identifie aux logiques d'énonciations et d'appréciation des dispositifs (quitte à avoir une identification complexe, articulant plusieurs dispositifs). Il s'agit, ici, de comprendre comment, le marché subverti progressivement les médiations cinématographiques tout en couvrant l'ensemble de ses problématiques.

Il y a deux grands ensembles de dispositifs : les dispositifs *personnels* et les dispositifs *impersonnels*. Chaque grand type de dispositif implique un engagement particulier du sujet, une rationalité particulière et un rapport de confiance différents. En effet, le dispositif *personnel* – qui implique les biens et services personnalisés - engage bien plus les acteurs et le sujet, et la confiance est plus rapidement allouée. Les dispositifs dits *impersonnels* concernent les biens et services communs, normés. *A priori*, le cinéma est valorisé par les régimes impersonnels.

⁴³¹ Karpik L., *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007

⁴³² Forest C., *Quel film voir ?...*, op.cit.

⁴³³ Dont peut trouver, pour faciliter la lecture, le schéma en annexe. Cf Annexe 4 : « Le schéma de l'économie des singularités », p.814

Au sein même de ces deux grands régimes, il y a des dispositifs qui tendent à rendre compte d'un contenu, à informer sur l'objet – par exemple, les dispositifs dits *substantiels* dans le régime *impersonnel* – et d'autres qui informent sur l'objet en fonction d'un critère précis – un classement par exemple, comme dans le cas des dispositifs *formels* dans le régime *impersonnel*. Ce cas de figure est intéressant en ce qu'il semble être « objectif » ; ce faisant il occulte la singularité à l'œuvre dans le procès de jugement.

Le travail de Karpik commence réellement à nous intéresser lorsqu'il fait encore une subdivision. Tout type de production, d'exploitation s'inscrit dans au moins un de ces régimes. C'est à partir de là que ce schéma est pertinent : il permet de situer un acteur (de l'espace public cinématographique) au sein des logiques de l'économie des singularités. Et puisque c'est l'ensemble qui est intégré au marché, nous voyons bien que les *leaders* de l'exploitation ne recouvre pas tous les régimes. En effet, les multiplexes ne font que s'inscrire dans un seul régime de dispositif de jugement. De plus, cela établi, nous voyons le « panorama de perception » d'une période donnée, et les points sur lesquels les exploitants peuvent élaborer un discours stratégique.

Ces subdivisions sont d'autant plus intéressantes qu'elles prennent en compte l'étendue du marché⁴³⁴. Ainsi, les dispositifs *substantiels* intègrent eux-mêmes des marchés restreints et des marchés étendus, avec des régimes de valeurs spécifiques. Les films sont précisément inscrits dans la tension entre ces deux types de marché, au sein des dispositifs impersonnels substantiels :

*« les films sont des singularités, l'incertitude sur la qualité subsiste, la recherche du « bon » film est prioritaire et elle implique un spectateur actif, la promotion déploie toutes ses ressources pour détacher le consommateur de la pure et simple reproduction de ses goûts. L'ajustement des films et des spectateurs orientés les uns et les autres par une pluralité de logiques de choix semble hasardeux, mais chaque semaine, les choix se font, et on imagine qu'ils ne suscitent pas que des déceptions puisque les spectateurs reviennent, plus ou moins régulièrement »*⁴³⁵

Le régime de *l'authenticité* vise à qualifier l'originalité (c'est pourquoi Karpik voit le marché de l'art et, par exemple, des grands vins dans ce régime), mais s'implique dans un marché « restreint » (les objets « authentique » sont plus ou moins « uniques » et la logique du régime d'authenticité implique un certain nombre de connaissance de la part du sujet,

⁴³⁴ Karpik insiste énormément sur la différence entre parler de « taille du marché » et parler de marché « restreint » ou « étendu ». Parce que la question n'est pas tant de déterminer les logiques en fonction du nombre d'acteurs ou d'échanges, mais en fonction de la manière dont les relations sont tissées entre les dispositifs et les usagers ; la critique est plus importante (en termes quantitatifs et en termes qualitatifs) sur un marché restreint, ce qui signifie que l'utilisateur est plus engagé dans et par ce dispositif.

⁴³⁵ Karpik L., op.cit., p.183

connaissance que ne partage pas l'ensemble) ; c'est l'horizon d'attente même du sujet qui est alors très limité – c'est dire si le marché rend moins compte de la singularité du spectateur qu'il ne vise à réduire son expérience à une consommation qui recèle un calcul de risque. En effet, le rapport de confiance, et la dimension subjective encore prégnante dans ce type de dispositif conduit l'usager à ne pas parier sur un grand profit dans l'exploitation de ces données.

« C'est par la multiplicité indéfinie des interprétations dont il peut faire l'objet que le produit symbolique reproductible appartient aux singularités. (...) l'ignorance fait peser sur l'acheteur une contrainte d'autant plus lourde que le jugement esthétique, qui fonde le choix, doit intégrer un vaste ensemble de connaissances et que le coût de l'erreur ou de la tromperie ne se limite pas à la somme perdue : il met aussi en cause l'estime de soi. Valeur symbolique, valeur esthétique, valeur sociale, valeur économique : tout se mêle pour rendre difficile la formation du choix raisonnable »⁴³⁶.

Ce sont les modalités mêmes de la perception du film d'auteur de la part d'un spectateur inscrit dans une pure logique de marché, comme investissement à forte probabilité déceptive, et que seule une labellisation (palmarès dans un festival, auteur reconnu) peut revaloriser. Tout un pan du cinéma participe très précisément de ce régime de qualification et pose le spectateur dans un dilemme où il doit accepter ou non la prise de risque. C'est le cas, par exemple, de la programmation de films d'auteurs dans les salles art et essai : ces films ne proposent pas nécessairement un cadre formel qui corresponde à nos habitudes, les thématiques du film sont peut-être éloignées du quotidien...

C'est précisément dans la crainte de cette situation que le sujet peut, inversement, opter pour la fuite, qui n'est rien d'autre, selon Bourdieu, que précisément l'expression même d'une « violence symbolique ».

Mais, c'est aussi la fonction des critiques que de faire l'articulation entre ces esthétiques particulières et la sphère d'appréciation au sein de l'espace public. Or, nous l'aurons compris, d'une part, tous les critiques ne participent pas tous d'une qualification des films selon les critères *d'authenticité* – au contraire, voyons-nous les critiques de l'ordre Méga, comme la télévision, amis aussi certaines presses sur le cinéma -, mais, en outre, ces critiques ont tendu à être désolidariser de l'espace public. Ils donnent très peu de visibilité sur les critères de leurs jugements ; ceux-ci sont parfois construits en relation à d'autres critiques, et appellent une grande connivence du lecteur. Autrement dit, il y a une sorte de « barrière à l'entrée » - il faut que le spectateur s'inscrive dans une logique symbolique particulière pour comprendre la

⁴³⁶ Karpik L., op.cit., p.164-165

logique *authentique* - puisque les critique n'addurent pas, sur un public étendu, l'articulation esthétique / espace public

Du reste, les remarques que nous avons disséminées tout au long de cette thèse sur l'ambiguïté de « l'exigence esthétique » et de « l'indépendance des exploitants » participent très précisément de la logique de valorisation propre au régime *d'authenticité* (c'est une forme de valorisation qui consacre l'originalité d'une œuvre ou d'un objet):

*« un autre critère est souvent explicitement invoqué par les acteurs : l'exigence esthétique. Elle s'affirme dans les formes particulières d'accomplissement de soi, dans les produits singuliers et dans les dispositifs de jugement. Les marchés du régime de l'authenticité se définissent par la rencontre exigeante des goûts : les goûts des produits de l'échange, les goûts portés par les dispositifs et les goûts du client »*⁴³⁷.

Le marché s'est équipé d'une logique et de dispositif que Karpik qualifie de *Méga*. Il s'agit d'une forme de subversion du régime *d'authenticité* en ceci que l'on vise un marché étendu. Les acteurs de ce régime oscillent entre critères esthétiques (et originalité) et critère de rentabilité ; de même, les dispositifs de jugement Méga qualifie l'objet d'original tout en garantissant à l'usager une qualité certaine et répondant à ses attentes. C'est, du reste, ce que nous avons vu notamment dans la manière dont la télévision subverti la critique cinématographique. Ainsi, un objet inscrit dans ce régime, un usager qui se porte sur ce régime semblent participer de l'originalité, tout en restant dans une logique du commun, du plus grand nombre – donc, pourrait-on croire, de la sociabilité.

*« Dans le régime Méga, la promotion ne semble guère laisser d'espace à l'autonomie des spectateurs. Face à des clientèles vastes et hétérogènes, les dispositifs de jugement se voient confier la tâche de rendre le film visible, désirables et de neutraliser l'influence des processus de jugement autonome incarnés par la critique, le complexe culturel et le bouche-à-oreille »*⁴³⁸.

La problématique des professionnels inscrits dans ce régime, c'est d'arriver à la fois à conserver une relative singularité, une relative originalité, tout en restant ancré dans un marché étendu, voire, selon les cas, mondial. Les Majors hollywoodiennes participent très précisément de ce régime, ainsi que les grands circuits d'exploitations. En effet, en articulant des propositions narratives plus ou moins nouvelles, tout en garantissant des standards (par exemple, la présence de stars), les Majors oscillent entre prétention à l'originalité et garantie d'un spectacle appréciable. Et, dans une logique de qualification du film, la salle elle-même

⁴³⁷ *ibid.*, p.166

⁴³⁸ *ibid.*, p.186

participe de la chaîne de valorisation ; les grandes exploitations peuvent donner une très grande visibilité à un film – qui, en retour, valorise la salle :

« La concurrence entre les films porte moins sur les prix d'entrée dans les salles de cinéma, dont les variations ne sont que faiblement associées à la demande, que sur les conceptions du lieu – salle traditionnelle, cinéma « Art et Essai » et multiplexes – et sur le nombre de copies par lequel s'exerce le contrôle des écrans »⁴³⁹.

Il faut comprendre que le marché des films est hybride, et donc, que la consommation est polymorphe – puisque le cinéma prend sa signification dans l'interprétation singulière du spectateur, inscrit dans une sociabilité -, mais que le marché propose des appareillages pour chaque type de consommation – il trouve, pour des logiques singulières, des déterminations de consommation. Plus précisément, l'importance grandissante du régime *Méga* – et des logiques d'offres résumées à des propositions de consommations de film – tend à délimiter les usages à un principe de calcul où seul le marché peut offrir des informations pour permettre le bon choix. Le spectateur est alors posé comme sujet ayant un « déficit cognitif », c'est-à-dire un manque d'informations pertinentes pour faire son choix et que le marché des singularités peut compenser – c'est une autre manière d'inscrire le sujet dans une idéologie du « manque », de la « faute », alors que, par définition, l'expérience esthétique vise à décentrer le sujet, lui montrer ce qu'il ne pouvait pas encore envisager.

Ainsi, la logique *substantielle* est composée d'un large spectre, où l'utilisateur est à la fois profane et expert, oscille de l'un à l'autre, et qui n'a de pérennité qu'aussi longtemps que ce marché suscite une croyance / confiance que lui accorde le sujet.

Cependant, l'appareillage de dispositifs de jugement est très important dans le processus de qualification des films. Karpik fait une remarque particulièrement intéressante à cet égard: si la part de spectateurs « assidus » et « réguliers » a augmenté, ce qui signifie une importance grandissante accordée à *l'art et essai* (puisque ce sont les spectateurs dits « réguliers » qui composent majoritairement le public de ce type de qualification cinématographique), ce développement a été très favorable aussi au cinéma américain. Mais Karpik ne confond pas cinéma américain, en général et superproductions ; il intègre également ce que l'on nomme le cinéma américain « indépendant », souvent les moyennes productions. Et, à ce titre, dans ce type de cinéma, il y a une grande différence d'investissements promotionnels entre l'industrie

⁴³⁹ *ibid.*, p.187

française et l'industrie américaine (en moyenne une différence de 300%). Autrement dit, le cinéma américain, en général, a plus de visibilité.

Pour prolonger sa réflexion, nous pouvons dire que cette croyance/ confiance est déterminée, d'une part, par le processus de valorisation mutuelle film / salle et, d'autre part, par l'articulation entre *authenticité* et *Méga*.

La salle est, d'une part, valorisée par les films qu'elle diffuse : elle participe d'un événement ou, au moins, elle a su offrir un film qui satisfait son public. Mais, c'est également à la salle de valoriser le film. Et, à ce titre, les pratiques « indépendantes » ne sont pas aussi élaborées que les pratiques des grands groupes (qui, eux, déploient tout un discours autour des films : événement, labels, magazines...). Et Karpik de faire un jugement sans appel :

« Lorsque les distributeurs se contentent d'apposer sur les portes d'entrées du cinéma les photocopies des articles élogieux que les critiques ont publiés sur le film projeté, ils font plaisir à ceux qui ont déjà fait leur choix, mais ils laissent dans l'ignorance ceux qui ne se sont pas déplacés. Si les salles qui projettent les films français classiques attirent nettement moins de spectateurs que les salles qui projettent des films américains équivalents, ce n'est pas que les spectateurs aient été subitement convertis à la culture américaine, c'est, plus prosaïquement, qu'invisibles ces films n'ont pas d'existence sur le marché »⁴⁴⁰.

C'est que la filière, dans son ensemble, semble avoir occulté l'importance de la salle de cinéma dans le processus de qualification des films, la manière dont les salles engagent les spectateurs. Cette problématique est caractéristique – nous le verrons – d'une logique historique de centralisation de la valeur sur le film, au détriment de la salle. Dès lors, l'influence de la salle étant occultée, c'est la caractérisation même du marché de l'exploitation qui devient opaque pour les usagers et pour les acteurs.

L'industrie française s'établit principalement sur des dispositifs traditionnels et une logique de réseau – critique, réseau, culture cinématographique, dispositifs repris en charge notamment par les exploitations *art et essai* et généralistes. Ces dispositifs sont efficaces lorsque le spectateur est déjà intégré dans ces réseaux – qu'il a des compétences culturelles, une lecture assidue et réflexive des critiques, etc. -, mais il y a une sorte de « barrière à l'entrée » qui freine les spectateurs extérieurs à ces réseaux. Et la logique *Méga*, qui prend de plus en plus d'importance et de visibilité au sein de l'espace public cinématographique, renforce cette perception de « barrière » : il assure une expérience d'un côté, et donne peu de visibilité aux œuvres du régime *d'authenticité*.

⁴⁴⁰ *ibid.*, p.191-192

Aujourd'hui, la grande réussite des films grands spectacles et des multiplexes est la grande fluidité qu'il y a entre ces deux « produits ». Disons que les multiplexes ont tout à fait compris le rôle majeur qu'ils tiennent dans les qualifications *Méga* – et, du reste, cela explique pourquoi Pathé, en 2001, a commencé à faire payer tous les emplacements publicitaires, bientôt suivi par tous les groupes. Le multiplexe a été valorisé par les films. Il devient alors « référentiel de qualification », outil de confiance et de qualification du film, ce que Karpik, par ailleurs appelle une « marque » :

« La marque est un nom qui en désigne d'autres, un signe qui pointe un univers symbolique particulier, un repère qui permet de localiser les marques les unes par rapport aux autres et une promesse dont la crédibilité garantit la fidélité. (...) La concentration symbolique ne modifie pas seulement la grandeur des repères collectifs, elle transforme aussi leur nature : c'est la marque qui est désormais la réalité tandis que le produit est devenu signe »⁴⁴¹.

Et c'est là tout l'objet de l'enquête d'Emmanuel Éthis sur le fait de choisir un film à la caisse de multiplexe et qui montre à la fois la reconnaissance du rôle de *gatekeeper* des multiplexes (c'est-à-dire leur fonction de prescripteur plus ou moins institutionnalisé), mais aussi l'absence de réflexivité desdits *gatekeepers* à cet égard⁴⁴². C'est que les multiplexes n'ont pas plus d'identité que les autres salles de cinéma ; leur fonction est tout autant occultée ; ce qui les distingue, c'est la manière dont ils ont acceptés de se fondre dans le régime méga de qualification des films.

Le marché n'englobe pas seulement le cinéma à travers des dispositifs *Méga* et des dispositifs de *l'authenticité*. Plus précisément, nous voyons que le marché subverti la logique de médiation en articulant *l'authenticité* au *Méga*, laissant croire qu'il reconnaît et valorise les expériences singulières, la singularité des films, tout en les articulant à une logique du commun. Le grand danger est que le rapport de force, entre les acteurs de ces deux régimes, est relativement inégal – la logique *Méga* tend à dominer, à avoir plus de visibilité – et montre que le marché inverse totalement la logique de médiation. En effet, la médiation vise l'articulation singulier / collectif, l'épreuve de la sociabilité et le *sens commun* (qui s'en déduirait) ; inversement, la logique de marché est inductive, puisque c'est en fonction des rapports de force généraux, en fonction des logiques *Méga*, que des singularités sont circonscrites (singularité de l'objet, singularité d'une « demande »). Loin de rendre compte

⁴⁴¹ *ibid.*, p.203

⁴⁴² Éthis Emmanuel. « La caisse du cinéma : quand il faut décider ». *op.cit.*

des spécificités, le marché les positionne dans un registre et les circonscrit dans une rationalité précise et un rapport de force particulier.

Cette logique prend ses assises en ce qu'elle occulte ces réductions par l'apposition de valeurs qui prétendent à l'objectivité. Notamment à travers les connexions entre les dispositifs *substantiels* (que l'on vient juste de voir) et les dispositifs *formels* (dont nous allons, maintenant, parler).

Les dispositifs *formels* sont, eux aussi, séparés en logique d'étendue de marché (autrement dit, en prétention à l'universalité). Ainsi, le marché restreint est conduit par un régime de *l'opinion experte* (où le choix et ses critères sont délégués à des experts, c'est-à-dire à des sujets dont on reconnaît des compétences ou une qualité évaluative), et le marché étendu par le régime de *l'opinion commune* (où le choix est délégué à des critères formels qui prétendent rendre compte du goût général des consommateurs : par exemple, le box office). Et ces dispositifs, dont les acteurs sont extérieurs au champ de la promotion, de la production et de l'exploitation des films contribuent néanmoins à la valorisation de ces derniers, s'articulent à eux dans un vaste mouvement de valorisation.

Le régime de *l'opinion experte* est notamment celui des prix, par exemple, celui du festival de Cannes⁴⁴³ ; le pouvoir est exercé par des experts. Il y a là un régime de concurrence implicite et sans prix (ici, au sens de coûts). Ce régime illustre la profondeur de la croyance des usagers en la qualification des acteurs d'un champ et de la valeur symbolique accordée au champ ; du reste, si les films primés à Cannes sont extrêmement demandés, cela est un signe de la valeur symbolique accordée au cinéma, fondée sur celle qui est reconnue au jury qui, par ailleurs, est acteur dans le champ en question. Une des principales fonctions de ce type de qualification consiste en le renforcement des pratiques « substantielles » que nous venons de voir. Il sert par ailleurs, de tremplin pour les usagers encore extérieurs aux dispositifs substantiels :

« d'un côté, la compétence et la notoriété des membres des jurys et, de l'autre, le grand nombre lorsque des œuvres retenues par des jurys sont achetées par ceux que rien ne disposait à les connaître et que, dans le même temps, elles ne peuvent être écartées par ceux qui ont les moyens de les découvrir et de les choisir par eux-mêmes, l'aide indispensable aux uns est facilement considéré par les autres avec le léger mépris qui se portent sur ceux qui bénéficient d'une tutelle culturelle »⁴⁴⁴.

⁴⁴³ N'oublions pas que le coût n'est pas l'élément le plus important dans le cas de marché de produits symboliques.

⁴⁴⁴ Karpik, op.cit., p.215

Ce qui est intéressant, c'est que jusqu'à présent ce sont plutôt les institutions qui ont exploité ce type de logique : en effet, l'estampillage « art et essai », la valorisation des salles procèdent directement du *jugement expert*. Cela montre d'ailleurs très bien à quel point la notion « d'art et essai » est loin de celle de *l'originalité* et de *l'authenticité*, mais, au contraire, très proches des problématiques de pouvoirs ; c'est ainsi que le marché, en subvertissant ce principe, prend tout son sens et toute sa puissance logique. De même, si les multiplexes tendent à monopoliser les copies de films ayant un prix, c'est que ces films constituent un tremplin vers, un régime d'engagement méga ; les films ont une labellisation qui garantit le choix.

Les salles « art et essai », peut-être malgré elles, ont été définies par cette logique *impersonnelle* et *formelle*, et ont donc été caractérisée, par la négative, dans les logiques de marché. Ce n'est qu'à travers la diffusion de produits qualifiés par ces dispositifs que les salles prennent leur identité. Et, pire encore, leur identité se pose, en toute logique, comme en opposition de celle des multiplexes (qui sont méga et donc rassurants dans une logique de consommation) ; elles sont dépréciées. Nous voyons bien que ce sont là des perceptions qui n'ont pour profondeur que leur inscription dans la séparation logique des dispositifs de jugement.

L'apparence « objective » de ces dispositifs *formels* - puisque déterminée par des experts, c'est-à-dire des jugements normalement réfléchis, ou déterminée par le public -, institutionnelle contribue même à renforcer, en quelques sortes, la légitimité de la qualification *substantielle*. Par exemple, le multiplexe (qui qualifie les expériences – et se trouve lui-même qualifié - de manière *substantielle*) projette les films récompensés par la Palme d'Or à Cannes, contribue au succès commercial des films en leur accordant une forte visibilité ; en retour, le box-office incite à aller voir le film (diffusé dans le multiplexe) et valorise les salles qui l'exploite...

Nous voyons bien, ici, comment, progressivement, le marché tend à réduire l'expérience esthétique au bon choix d'un film – et fait l'impasse sur la question de la discussion et de la sociabilité en les réifiant dans des formes de valorisation impersonnelles. Et la dimension « impersonnelle » devrait inquiéter le spectateur, mais, celui-ci est posé comme consommateur qui doit faire des choix et cette dimension « impersonnelle » elle est alors présentée comme garantie – assurée par des experts et la *doxa* – d'un choix efficient. Nous voyons bien que ces logiques ne rendent pas compte de critère qualitatif, mais toujours quantitative ; de même, nous voyons là un effet de détermination du collectif sur le singulier.

Le dernier régime, qui, par ailleurs nous dit Karpik est le plus développé, est le régime de *l'opinion commune*, où la *doxa* n'est exprimée qu'à travers un palmarès dont le critère est le nombre de ventes. Ce type de marché et de logique qui s'opère sur un système logique centripète. Le développement des systèmes de ventes d'*Amazon.com* réduit, par exemple, la logique intermédiaire en régime *d'opinion commune*. Il y a ici un glissement interprétatif qui conduit à croire en la transparence de la valeur marchande, laquelle exprimerait la valeur d'usage symbolique ; évidemment, elle le fait en occultant les processus de production de cette valeur, et notamment en occultant la dimension rétroactive. À ce titre, Karpik nous dit que la co-incidence du régime esthétique – qui est présupposé autonome – avec le régime « démocratique » - qui est présupposé être l'expression des jugements des sujets – non seulement n'exprime pas ces deux régimes, mais, en outre, prend toute sa puissance par sa « commodité », puisqu'il n'est pas nécessaire de réfléchir longuement à l'investissement, tant le profit semble élevé.

« Le régime de coordination est d'autant plus cohérent que l'intervention des dispositifs est dominée par un pouvoir économique-culturel relativement unitaire, que les voix hétérodoxes sont peu nombreuses et peu audibles et que le palmarès constitue un rappel permanent à la volonté de la majorité. Cette configuration inédite explique que la menace de désingularisation pèse plus sur ce régime de coordination que sur les autres »⁴⁴⁵.

Venons-en à la problématique plus profonde que pose Karpik : derrière la manière dont les dispositifs de jugement accompagnent la démarche du public – et tendent, progressivement, à réduire le souhait d'avoir une expérience esthétique au (bon) choix d'un film -, le déséquilibre entre ces dispositifs peut conduire à la déqualification des produits. À force de normalisation, ces produits se « désingularisent ». Or le marché se stabilise et mobilise une confiance parce qu'il est marché de singularité ; une désingularisation des biens conduit à une déqualification de ce marché.

Le caractère opératoire de la démarche de Karpik consiste en ce qu'elle permet de saisir cette problématique sans sombrer dans l'approche moraliste et catégorique : il ne s'agit pas d'opposer « culture légitime » et « culture de masse », mais bien de saisir le coïncide, leur interdépendance au sein du marché des singularités. C'est donc bien plus une problématisation des procédures qu'un procès d'identité que permet Karpik ; et donc, il offre les bases d'une praxis. Il s'agit de saisir les processus de singularisation, de se positionner dans ce processus et de prendre conscience des risques de *désingularisation*.

⁴⁴⁵ *ibid.*, p.225

Le film dit « d'auteur », le cinéma dit « classique » participe, nous l'avons vu, du régime de l'authenticité. Les dispositifs de ce régime visent à protéger le caractère unique et incomparable de l'objet ; ainsi, l'on tente d'évincer toute forme de différences qui tendraient à défaire la filiation avec le passé⁴⁴⁶. Il y a, dès lors, un risque à l'immobilisme. Ce risque est endigué aussi longtemps que ce régime cohabite, co-incide avec une logique classique de marché :

« l'autonomie réciproque de la logique symbolique et de la logique économique favorise le maintien du pluralisme des acteurs, des dispositifs, des marchés, des produits et des registres temporels. De plus, la diversité des rythmes est ancrée dans des filiations réelles ou imaginaires, dans des engagements dans la création ou dans le profit, et elle est maintenue par un système de pouvoir et de contre-pouvoir qui explique les relations conflictuelles entre les promotions et les complexes culturels »⁴⁴⁷.

La logique innovante de marché réduit les logiques d'immobilisme du régime d'authenticité. De même, réciproquement, ce dernier pose des limites aux propositions, à la réduction du cycle d'exploitation que vise le régime *Méga* ; il maintient également une légitimité et une pluralité nécessaires à la conservation du marché.

Les dispositifs *formels* ne sont réellement utiles qu'à travers les connexions signifiantes avec les dispositifs *substantiels* : ils servent de référentiels, de point d'entrée. Tout le problème est dans le glissement des rapports de force et d'importance entre dispositifs *substantiels* et *formels* : or, il apparaît que sur le marché, l'importance du régime de *l'opinion commune* gagne en influence ; et que le problème des réseaux de salles parallèles au marché, qui défendent l'art cinématographique, sont manifestement enracinées dans la logique *formelle de l'expertise*.

C'est alors que l'on tend vers la *désingularisation*, qui est problématique pour l'ensemble du marché. Cela s'est vérifié historiquement sous diverses conditions Kaprik propose notamment, dans son livre, les problématiques du marché de disque de variété) : d'une part, une forte concentration mondiale du pouvoir, l'affaiblissement des innovations parallèles et indépendantes, la visée d'une rentabilité court-terme (qui implique un marché étendu)...et Karpik de pointer le fait que, saisis dans cette logique, les Majors n'ont pas vu venir le phénomène Internet (ni au niveau de la créativité, ni au niveau des diffusions « pirates »).

⁴⁴⁶ D'où les résultats des différentes recherches de Frederic Gimello-Mesplonb sur les qualifications des films en « film d'auteur », au CNC, afin de permettre des subventions. L'auteur pointe la réduction des thématiques, des auteurs et la reproduction d'une même conception du cinéma – affilié à la Nouvelle Vague et aux Cahiers du Cinéma. Il s'agit moins de cooptation que la radicalisation de la rationalité du marché de l'authenticité. Ce qui n'en fait pas moins quelque chose de problématique.

⁴⁴⁷ Ibid., p.314

Ce qui montre un point absolument essentiel : la dynamique d'imposition de norme par les grands groupes, et l'extinction progressive de formes parallèles peut conduire à une *désingularisation* du cinéma et à une considérable perte de profits pour les grands groupes eux-mêmes. Du reste, c'est pourquoi Laurent Creton avait déjà évoqué le régime « d'interdépendance » au sein de l'économie et du champ cinématographique. La réciproque est tout autant vraie: l'incessante lutte contre les *leaders* de marché de l'exploitation n'aboutit absolument pas à un marché de singularité ; au contraire, l'on risque de tendre à une perte de reconnaissance, à une « désubstantialisation » des critères du marché qui composent, précisément, le cinéma comme singularité.

Cette extension du régime de *l'opinion commune* vers tous les registres est un phénomène observable – et déjà maintes fois observés – que l'on retrouve notamment dans la manière dont on exclue progressivement l'argumentation dans les textes des critiques. Nous avons notamment pointé la manière dont *Allociné.com* reporte les critiques en une vue globale et la saisie immédiate du jugement de valeur à travers des notations.

Il est donc important de concevoir une requalification du rôle de l'exploitant, en critiquant les logiques de marché, mais en assurant un positionnement au sein de celles-ci – ce qui est très subversif puisqu'il s'agit de réinstaurer des sortes de logique institutionnelle là où, précisément, on vise à les éradiquer. De même, il est tout aussi important de ne pas privilégier une logique d'exploitation au détriment d'une autre, mais, au contraire, de veiller à maintenir une continuité, une connexion entre les deux. Or, nous voyons bien que ni l'institution, ni le marché n'y sont historiquement parvenus (et ne semblent, tout simplement pas vouloir le faire).

v. La globale perte de puissance des institutions face au *métamarché*

Nous comprenons que le film est inscrit dans une vaste chaîne de valorisation qui transcende très largement l'exploitation en salle. La sortie en salle n'est plus qu'une sorte de vitrine, une expérience cinématographique à plus-value. Chaque acteur peut tirer parti de cette nouvelle forme de marché. Encore faut-il avoir une visibilité d'ensemble du phénomène. Or, si, certes, la « bulle Internet » s'est soldée sur des échecs considérables (voire l'exemple de *Vivendi Universal*) réduisant l'optimisme quant à une *convergence numérique*, il n'en demeure pas moins que la numérisation accélère ce processus de *métamarché*.

C'est parce que, précisément, il n'y a aucun point de vue qui « transcende » ce marché que celui-ci recèle d'un certain nombre de problème pour l'ensemble des intéressés (donc, y compris le spectateur) et qu'il s'enracine dans une relation ambiguë entre désir et *conatus*.

Ce manque de visibilité et l'ambiguïté sont d'autant plus pressantes en France que, précisément, la structuration de l'espace public cinématographique prend ses assises sur le point de vue « transcendant » de l'État et la capacité autorégulatrice du secteur, par l'intermédiaire du CNC et des syndicats. Or, il apparaît que ni l'un ni l'autre n'arrive à circonscrire l'ensemble des phénomènes et, l'un comme l'autre, trouvent leur rationalités critiquées par des agents extérieurs. Ce n'est pas pour autant que l'espace public cinématographique n'a plus d'intérêt ni ne de connexion possible avec l'espace public, cela signifie que les logiques historiques de la pratique cinématographique telle que définie par l'espace public cinématographique ne répond plus aux exigences actuelles de l'espace public.

Il est, en effet, particulièrement éclairant de voir que le CNC n'a pas eu une grande réactivité quant à l'émergence de la numérisation et ce, tout particulièrement en ce qui concerne la numérisation des salles. Si la problématique émerge au tournant du siècle, la solution apportée par le CNC ne date que de la rentrée de 2010 ! Par-delà le délai de la mise en place de ce dispositif, c'est la logique même dans laquelle il s'enracine qui pose question. Celle-ci comprend quatre grandes dispositions.

D'une part, l'obligation de contribution des distributeurs lorsque le film est diffusé en numérique au cours des deux premières semaines de sortie nationale. Cette contribution est estimée en proportion des économies réalisées par le distributeur (la copie numérique étant bien moins chère qu'une pellicule).

Ensuite, il y a une exigence de transparence et d'encadrement des négociations par le CNC : le CNC vie ici à éviter des formes de contrats déterminées par le distributeur ou l'exploitant en vue d'obtenir un financement.

D'autre part, la disposition souhaite un élargissement du pouvoir du Médiateur du Cinéma, étendu aux problématiques liées à la numérisation.

Enfin, il s'agit d'assurer la mise en place d'un comité de concertation professionnelle dont le rôle est d'évaluer l'économie faite par les distributeurs, l'amortissement des projecteurs numériques, le montant des contributions hors films (publicité, location de salle) et l'obligation de contribution du distributeur en cas de multi-programmation.

L'ensemble de ces principes sont accompagnés d'un système de soutien qui a pour but de couvrir 75% des frais d'installation d'appareils numériques, pour environ 1000 salles dispersées dans 750 établissements.

Il s'agit de mauvaise interprétation des problématiques liées au numérique – et qui ne fait que reproduire le risque d'une stratégie de rente pour certaines salles. En effet, le « tout numérique » est une logique économique inscrite dans une logique mondiale de distribution. Mais cela ne veut pas dire que les distributeurs, sur un territoire, soient les seuls bénéficiaires du numérique. Cela laisserait entendre que les seules de cinéma – et de surcroît les petites salles indépendantes – seraient garantes de l'ancienne logique économique, c'est-à-dire d'une logique locale d'exploitation, spécialisée dans la qualité cinématographique.

C'est-à-dire que le champ s'inscrit dans une logique de maintien de l'économie locale malgré les injonctions d'une économie globale qui est la seule à tirer un bénéfice direct de la numérisation. En effet, les gains en distribution commencent à être notables qu'à partir de 115 copies et réellement intéressantes au-delà de 500 copies ; or les productions nationales ont une moyenne de 136 copies, ce qui signifie que peu de films vont profiter de cette économie d'échelle⁴⁴⁸. Du reste, cela explique le retard en France dans la numérisation des salles, l'animosité du champ contre les premiers exploitants numérisés et l'incompréhension, aussi bien au niveau des institutions que des syndicats, de l'urgence et des possibilités liées au numérique.

Les gains sont, de fait, principalement en amont. Cela permet une plus grande segmentation de marché et une économie d'échelle pour les entreprises qui sont sur plusieurs canaux de diffusion. *Grosso modo*, cela intéresse principalement les grands studios américains, dont les ventes DVD sont les principales sources de recettes (45% selon la MPAA)⁴⁴⁹. Si les salles se numérisent, c'est parce que les acteurs leaders du champ le font. Notamment UGC qui a très tardivement compris l'importance du numérique et s'était d'abord positionné contre. C'est la proposition esthétique consubstantielle au numérique qu'est *Avatar* qui a permis un grand succès commercial aux salles équipées et qui était alors concurrentes d'UGC.

La numérisation des salles, la plus-value expérientielle que laisse entrevoir la 3D notamment s'inscrit dans une logique économique liée au numérique bien plus grande que la seule économie d'échelle dans la distribution : l'élévation de la qualité des salles apparaît comme

⁴⁴⁸ Le Blanc G., « Innovations numériques, distribution et différenciation : le cas de la projection numérique au cinéma », *Entreprise et Histoire*, 2006/2, n°43

⁴⁴⁹ *ibid.*

un référentiel pour l'équipement domestique et incite à une forte demande de qualité dans les équipements domestiques. C'est dire s'il est compliqué pour les acteurs du champ – de plus en plus isolé – de comprendre les enjeux globaux du *métamarché*.

L'État lui-même est inscrit à faux avec le développement économique du champ. En effet, lorsqu'il a pris des mesures à l'encontre des cartes illimitées d'UGC, il a subi les menaces de voir son système mis au jugement de la commission européenne. C'est-à-dire de devoir revoir tout son système. UGC n'est pas allé jusqu'au bout de ces procédures. Néanmoins, il est manifeste que l'État ne peut plus être qu'une sorte de médiateur.

Par ailleurs, son système est fortement critiqué aussi bien au niveau européen que dans les accords du GATT. Il apparaît, en effet, que sous couvert d'enjeux culturels, le système de fonds de soutien est un système d'aide industrielle⁴⁵⁰. En effet, la structuration par fond de soutien automatique vise à protéger les entreprises domestiques qui souffrent de la concurrence américaine et le système d'avance sur recette vise à préserver les structures de la frange et veille à garantir la diversité de la production domestique. Or, par exemple, l'avance sur recette peine à couvrir l'augmentation du coût de production, et fait dépendre la production des fonds de soutien automatique et des investissements télévisuels.

Cela pose deux problèmes : d'une part, cela peut être très vite interprété comme un système anti-concurrentiel vis-à-vis des productions étrangères et, surtout, cela implique que la télévision, lorsqu'elle produit, doit avoir un objectif culturel. Or, il est évident que les attentes des productions télévisuelles conduisent à une réduction de la diversité des productions et ce, notamment sur les genres⁴⁵¹. Ce qui veut dire que certaines productions, qui étaient « culturellement spécifiques » disparaissent au profit d'une offre de plus en plus légiférée sur les offres mondiales (un polar français coûte plus cher à produire qu'une série américaine à louer).

La confrontation des logiques de l'espace public cinématographique institutionnel avec les logiques du *métamarché* signe t'elle l'arrêt de mort d'un marché local de la *qualité* ? Cette question est un faux problème, puisque l'on voit qu'il s'agit de la répétition du mépris pour les causes extérieures qui ont historiquement contribué à constituer l'autonomie relative de l'espace public cinématographique. Il s'agit très clairement de définir ce que l'on entend

⁴⁵⁰ Cocq E., Dantec A., Lévy-Hartmann F., « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », *Revue de l'OFCE*, avril 2006

⁴⁵¹ Voir à ce titre le développement de Forest, in. Forest C., *Quel film voir ?...*, op.cit.

par marché local de *qualité* ; peut-être que la solution serait que le marché local de *qualité* n'aurait qu'une différence d'échelle avec le marché global ?

En effet, tout le problème du secteur – qui a conduit les *leaders* à tenter de le faire implorer face à la commission européenne – est qu'il s'inscrit sur un régime fragile de solidarité et où la différenciations se fait notamment sur l'élaboration des réseaux : les *leaders* sont inscrits dans toute la filière et visent avant tout le *spectacle* et *l'événementiel* ; inversement, les tenants de la culture « picturale » s'établissent sur des réseaux horizontaux, de métier. Or, pictural et spectaculaire ne sont pas suffisamment contradictoires pour que cela engage l'identité de la salle et du spectateur, et, d'autre part, le numérique modifie totalement la structuration par métiers⁴⁵².

Nous comprenons ainsi que c'est toute une logique historique qui s'est fondée sur des bases friables et la pérennité du cinéma – par son articulation avec l'espace public – est aussi le fruit d'un travail de valorisation produite par le marché. L'actuelle confrontation radicale entre institution et marché n'est qu'une confrontation entre deux pratiques, deux logiques d'offres, qui sont, l'une comme l'autre, biaisées et réductrices ; pis, leurs logiques ne prennent sens qu'en opposition à l'autre. Il convient donc de ne rejeter ni l'importance des institutions, ni l'importance du marché. L'exploitant doit jouer sur ces deux plans.

Le problème est que, progressivement, l'on tend à oublier la nature de la fonction d'exploitant, l'on tend à oublier quel « service » il propose. C'est que le marché lui-même s'est développé dans la manière de construire une continuité, une chaîne de valorisation de films. C'est là tout l'objet de la critique que nous ferons dans la prochaine partie : il s'agira de réduire l'importance que les institutions comme le marché accordent au film, et revaloriser le procès de sociabilité en salle. Ce sera dans la manière d'animer les séances, dans la manière de diffuser les œuvres que les institutions, les exploitants et le marché seront évalués et critiqués. Dans une telle approche, la différence entre salles de proximité, salles art et essai et multiplexes sera autrement circonscrite – il s'agira d'insister sur leur complémentarité. Les possibilités, les conditions de possibilités d'une véritable alternative aux problématiques actuelles vont faire l'objet de la troisième partie.

⁴⁵² Ce qui ne devrait pas poser de problème pour l'espace public cinématographique dans son ensemble, puisqu'il s'agit précisément d'un champ où il y a une certaine mobilité des agents qui peuvent passer de la production à la distribution, etc.

Conclusion

A. Le pansynchronisme du métamarché comme pendant spéculaire de l'illusion de totalité du postmoderne

Il y a une remarque absolument déterminante à souligner quant à la notion de *modernité*. La polysémie de ce terme est extrêmement problématique pour le chercheur ; c'est également à travers sa polysémie que nous entrevoyons qu'il y a une dimension de la modernité qui a été largement exploitée par le champ cinématographique, au détriment d'autres dimensions qui sont, pourtant, tout aussi caractéristiques du cinéma. À l'image de Jacques Aumont, nous pouvons entrevoir quatre caractérisations de la modernité cinématographique.

D'une part, modernité parce que le cinéma est né à la fin du siècle des ingénieurs, des inventions et des techniciens ainsi que de l'invention de la modernité artistique et qu'il a, depuis, accompagné ces logiques et leur a donné des expressions. Cela est notamment vrai lorsque l'on s'aperçoit de la qualité « transmédiatique » du cinéma dès ses origines, exploitant des œuvres et thèmes connus du public pour en donner une visibilité cinématographique. Cela l'est également à travers la réappropriation du « génie » cinématographique par les groupes d'artistes prenant sa défense, notamment les surréalistes. Le cinéma, saisi sous cet angle, apparaît comme continuité du XIXe siècle et beaucoup de penseurs qui se sont concentrés sur l'esthétique du film ont contribué à cela : que ce soit les théoriciens esthétiques qui ont travaillé sur l'articulation du cinéma avec l'art pictural ou la comparaison avec le théâtre, mais également des artistes comme Jean-Luc Godard qui avouent être tributaires du XIXe...

Cela rejoint la notion de modernité telle que définie par les *Cahiers du Cinéma*, dont nous avons dit quelques mots dans le chapitre précédent. Cette définition rejoint la précédente, mais y ajoute, en plus, l'injonction d'une contemporanéité du regard de l'artiste. Ces deux approches ont rencontré un succès public temporaire, mais sont surtout caractérisées par le fait qu'elles sont soutenues par des classes intellectuelles plus ou moins proches de la politique artistique avant-garde. Ce n'est quasiment que par un effet de contingence que le grand public et les élites se sont rencontrés plusieurs fois temporairement dans cette optique :

en effet, c'est précisément aux moments où le champ est en reconstruction, avec une forte instabilité, que les possibilités infrastructurelles séduisaient le public, épousant les interprétations superstructurelles des élites. Il n'en demeure pas moins un fossé entre le public et ces intellectuels.

Ensuite, le cinéma est moderne parce qu'il n'est pas un art noble, parce qu'il est anti-académique. Il ne souffrirait pas des compétences nécessaires à sa compréhension comme c'est le cas notamment pour les Beaux-Arts. Il n'en demeure pas moins qu'il ait ses propres formes d'académismes. La preuve : la structure de montage ne s'est jamais réellement transformé depuis les bases fixées par Griffith. Mais, dans cette conception, il faut aussi comprendre la modernité comme expression du présent – ce qui est moderne est ce qui est actuel – et le cinéma est un art qui s'est construit tout au long du XXe siècle ;

Enfin, et comme contradiction partielle, il y a aussi moderne comme croyance en la profondeur (versus la surface postmoderne), dont les expressions ont pu être la vitesse, le citadinisme, etc. C'est précisément sous cette optique que nous entrevoyons une dimension du cinéma qui a été peut-être trop peu explorée, notamment au sein de l'espace public cinématographique. Il demeure aujourd'hui encore des problématiques modernes, ou mieux, ils est encore possible d'envisager les problématiques culturelles actuelles à travers ces différents idéologèmes. Et nous soutenons que c'est précisément au niveau du fait cinématographique (versus le fait filmique) que ces problématiques sont le plus exploitées.

Nous comprenons bien que les exploitants et l'espace public cinématographique ont surtout souligné la modernité comme l'emploi de formes contemporaines, et non pas une recherche de la profondeur. Ce sont plutôt les fantasmagories et les rêveries propres à la modernisation (pour reprendre les expressions de Benjamin) qui ont été privilégiées et la question des relations dialectiques qui ont été occultées. Pour le dire autrement – tout en conservant les questions posées par Benjamin – l'on s'est préoccupé davantage de l'imaginaire moderne, que des enjeux symboliques qui résultent de la modernisation. L'on a alors cherché à spéculer sur des valeurs, des significations sans prendre nécessairement en compte le rapport au réel et les incidences d'un tel imaginaire dans le « partage du sensible ».

Cela a contribué à une logique, à une pratique de surface qui rappelle très bien ce que l'on appelle aujourd'hui usuellement le postmoderne. Il est d'ailleurs à noter que la notion de postmoderne a été introduite par les architectes, contre le rationalisme et le mode de pensée de leurs prédécesseurs modernes ; or, la modernité des salles est avant tout architecturale et non pas dans le spectacle. Du coup, la pensée de profondeur semble avoir été déléguée à certains films. Le problème étant que la logique institutionnelle a fait que cette modernité possible du

discours cinématographique a été accaparée, phagocytée par un groupe d'individu – notamment les *Cahiers du Cinéma* – qui ont réduit la polysémie à leur définition de la modernité cinématographique.

La logique du *métamarché*, c'est-à-dire un marché qui comprend en son sein des critères de légitimation et d'évaluation, un marché qui offre des biens et des services, mais également toute une économie de l'attention et de l'information autour de ces biens et services, comble les « béances » laissées par les institutions. Mieux, ces logiques créent une sorte de continuum, propose des biens et des services dans une logique de flux dont le pendant spéculaire est précisément la philosophie de l'Histoire dont Benjamin – ici marxiste – a fait la critique. C'est que la continuité (qu'elle soit marchande ou historique) est illusoire, elle prend place dans une idéologie spécifique, dans une structure socioéconomique (et culturelle) spécifique qui n'a de sens qu'aussi longtemps qu'elle est performée et reproduite. C'est cette conception qui, au niveau culturel, est caractérisée – dans notre travail – comme la postmodernité et c'est cette même conception qui, au niveau socioéconomique, est caractérisée par un *métamarché*. Parce que l'exploitant offre des œuvres et une double hétérotopie qui n'est pas radicalement séparée de l'espace culturel, et parce que, en tant qu'acteur socioéconomique, il participe du marché, nous devons comprendre comment *métamarché* et idéologie postmoderne sont deux expressions du même problème de déni du symbolique et ce que cela engage.

Ambiguïté entre conatus et désir, ambiguïté entre économie de bien non-rivaux et de biens rivaux, sont des problèmes de l'utilisateur auxquels les exploitants doivent se confronter dans leur logique d'offre. De même, la tension entre le travail sur le public et l'importance hiérarchique au sein du champ (dont les critères prennent peu ou prou en considération les attentes d'un public local) sont des problématiques vitales de la survie de l'exploitation. Il apparaît des effets de désolidarisation de l'articulation dialectique aussi bien au niveau de l'offre issue de l'exploitation cinématographique qu'au niveau du cycle de valorisation du film. De même, cette désolidarisation semble être progressivement intégrée dans les usages. Il apparaît alors une multiplication de valeurs *pharmakon*, dont nous allons exposer un certain nombre de problématiques.

D'une part, cela pose la question du jugement de goût, comme problématique de positionnement au sein d'une totalité. Le sujet groupuscule est confronté à la grande problématique de l'opposition volontarisme/déterminisme. Kant lui-même nous a mis dans une situation qui est apparue, à ses successeurs, comme intenable, insoutenable, et qui,

pourtant, semble la seule configuration possible. Il distinguait, en effet, *phénomène* et *noumène*, comme deux plans d'existence et de compréhension de l'esprit ; cependant, les « vues de l'esprit » ne pouvant se porter que sur un plan à la fois, nous sommes alors condamnés à alterner de l'un à l'autre. Autrement dit, nous devons alterner la compréhension causale du monde et le principe de reconnaissance. Et Kant d'insister sur un point : il est impossible (et métaphysique) de faire la synthèse des deux.

Et s'il distingue *jugement* et *sympathie*, c'est bien parce que l'on est constamment tenté d'opter pour une option au détriment de l'autre ; mais ; l'un dans l'autre, le choix est d'emblée un choix pratique – c'est-à-dire moral – puisqu'il engage soit une logique de connaissance, soit une logique de reconnaissance. Ce qui implique que tout jugement esthétique, que toute *sympathie*, (c'est-à-dire l'ensemble des critères qu'analyse par ailleurs Laurent Jullier) inscrit directement le sujet dans une posture « morale ». Cependant, le *jugement* kantien implique un décentrement du sujet, là où la *sympathie* clôt le sujet sur lui-même. Et la configuration du système de jugement, avec ses appareillages, tend le sujet à affirmer sa position de manière de plus en plus péremptoire. C'est manifestement dans cette logique que les dispositifs d'intermédiation s'inscrivent. Et si cela apparaît comme extrêmement problématique, ce problème est sans cesse différé par la valorisation de la manifestation du goût et par la valorisation de l'acte d'achat. C'est alors que le commerce semble représenter la sociabilité et reconnaître l'usager. Nous comprenons dès lors comment le marché prend en compte la question de sociabilité et la question de l'articulation à l'espace public, mais, en même temps, la biaise.

En effet, la difficulté du sujet, que ce soit ses possibilités d'action, ses possibilités de penser, ses choix, ses jugements esthétiques, consiste dans l'articulation avec le collectif et dans les possibilités volontaristes ou, au contraire, dans les effets de détermination du collectif. Manifestement, les nouveaux dispositifs apparaissent comme orientés sur une logique volontariste – avec une économie de la contribution –, mais ces dispositifs devraient être asynchrones – c'est-à-dire, logiquement, le temps de comprendre le temps de la négociation, de l'interprétation propres à la critique – alors que l'on voit manifestement un *pansynchronisme* – manifestement, les dispositifs s'inscrivent dans un régime de plus en plus tendu vers l'immédiateté. C'est-à-dire que les possibilités individuelles sont déjà circonscrites dans un système déterministe qui les englobe ; tout jugement semble tendu vers l'immédiateté qui est non pas une forme d'expérience du présent, mais une tendance à renvoyer vers l'avant, à reporter, à différer, les problèmes complexes du présent. Dans cette perspective, la

négociation entre jugement et déterminisme s'enracine dans la formule suivante : « les signes extérieurs visibles d'une élection intérieure », que Jameson explique de la manière suivante :

*« votre libre choix de l'action juste ne vous qualifie pas à alors à l'élection ou ne vous donne droit au salut, mais il en est le signe et la marque extérieure. Votre liberté et votre praxis sont par conséquent elles-mêmes enveloppées dans le schème « déterministe » plus vaste qui prévoit justement votre capacité à faire cette rencontre déchirante avec le libre choix. (...) On peut avoir un bref aperçu de ce moment où le « déterminisme », ou une logique collective de l'histoire, s'enroule autour de ces choix ou de ses passions et les inclut à nouveaux sur un plan plus élevé lorsque nous nous disons que non seulement ces passions et valeurs sont elles-mêmes sociales mais que la propension même à être démoralisé et découragé par une logique de circonstance, avec son appropriation comme excuse et alibi à la passivité et au retrait temporisateur, est également sociale et est donc prise en compte dans cette perspective plus large, tout en restant encore un libre choix au sens individuel. Autrement dit, la réaction de chacun à la nécessité est elle-même une expression de la liberté ».*⁴⁵³

C'est précisément sur cette logique que beaucoup de sociologue tentent de défendre une créativité du sujet, du spectateur⁴⁵⁴. C'est une sorte de conception euphorisante inscrite dans un contexte où les institutions – au même titre que la politique en général – ne peuvent plus être « totalisantes », c'est-à-dire qu'elles ne peuvent plus engager et relier le local et le global (ce que fait, en revanche, le méta marché), qu'elles ne comprennent plus, en leur sein, l'ensemble des problématiques spécifiques à chaque acteur de sociabilité. (Peut-être cela n'a t'il jamais eu lieu. Ce qui est intéressant, c'est la manière dont le marché offre des images utopiques du passé comme sociabilité retrouvée, dont le seul moyen d'accès se fait de manière indirecte par la consommation d'un bien ou d'un service qui rappelle cette image du passé. C'est précisément cette logique dont Benjamin fait la critique dans son essai sur Paris et ses passages⁴⁵⁵. Et nous voyons bien à quel point ses remarques peuvent être réactualisées dans un contexte imaginaire différent où l'on retrouve l'utopie du terroir, mais également une logique des « passages » dans l'espace public numérique...)

Il est d'ailleurs assez éclairant de remarquer que ces théoriciens refusent tout concept totalisant, tout système de pensée englobante et privilégient de manière presque exclusive l'approche pragmatique⁴⁵⁶. Or, plus on s'approche des problématiques pragmatiques et

⁴⁵³ Jameson F., *Le postmoderne...*, op. cit., p.454-455

⁴⁵⁴ Notamment les approches de Laurent Jullier et de Jean-Marc Leveratto, dont l'exemple paradigmatique est leur redéfinition de la cinéphilie, établie sur les stratégies des sujets contemporains – et comme requalification vengeresses face à la cinéphilie instituée -, développée dans *Cinéphiles et Cinéphilies*, Paris, Armand Colin, 2010

⁴⁵⁵ Benjamin W., *Paris, Capitale du XIXème siècle*, Paris, Allia, 2003

⁴⁵⁶ Il ne s'agit pas pour autant de renier tous les apports de l'approche pragmatique. Il s'agit juste d circonscrire ses possibilités explicatives.

opacifiant les problématiques globales, et plus on soumet le jugement à sa propre impuissance. Le déni du caractère politique – qui est une expression du déni de la question du symbolique - conduit néanmoins toujours à une question morale. Et le spectateur *romantique* est non seulement pas plus émancipé que le spectateur sujet, mais il est, en outre bien plus moraliste.

En effet, la multiplication des dispositifs de jugement, qui tendent à s'articuler de plus en plus à des goûts spécifiques, fait office de « boîte noire » qui finalement occulte toute une dimension de la culture – nous reprenons ici l'idée de « boîte noire », en faisant une légère allusion aux travaux de Bruno Latour, parce que, finalement, les modalités de calculs qui établissent des correspondances de goût ne sont pas connus de l'usager, et donc, les correspondances de goûts sont établies sur des critères opaques. Dans cette « boîte noire », les goûts, les biens culturels, les offres, sont autant de *data*, de données à traiter. Ainsi, à la profondeur de la *catharsis* propre à la médiation culturelle chez Aristote, ou à la profondeur – et presque *auto-suffisance* – du sujet moral donc culturel chez Kant se substitue un sujet de surface, qui ne prend que des données traitées par un *télos* qu'il ne saisit pas et qu'il exploite dans un objectif autre que son *autosatisfaction*.

Or, à l'image de Susan Buck-Morss qui déclare qu'affirmer que

*« l'économie est impossible à visualiser risque de faire le jeu d'un nationalisme réactionnaire, qui prospère précisément sur l'aveuglement des déterminations objectives de la vie sociale contemporaine (laquelle devrait, inversement, considérer que) ce qu'est réellement le monde découle de l'interdépendance économique et non de la pureté ethnique »*⁴⁵⁷,

nous pouvons voir une analogie structurelle dans notre relation aux biens culturels. C'est qu'il faut comprendre que l'économie n'est pas une production culturelle supplémentaire, mais est la base même des phénomènes culturels, et les productions médiatiques et artistiques expriment, de manière plus ou moins critiques, l'évidence matérielle du système. Voilà pourquoi nous pouvons envisager donc l'analogie structurelle (qui n'est finalement une analogie que par « vue de l'esprit ») : les images globales sont des expressions d'un système aussi bien culturel qu'économique. Ainsi, les dispositifs de jugement occultent la mécanique d'interdépendance pour satisfaire l'illusion d'une pureté du goût et d'un sens de l'expertise.

De même, sans entrer dans la radicalité de Buck-Morss, nous avons bien vu à quel point la question de la préservation de l'espace public cinématographique s'est teinté de problématiques nationales, voire identitaires. Certes, aujourd'hui, le discours de l'État et de

⁴⁵⁷ Buck-Morss S., « Voir le capital », in. *Voir le capital, théorie critique de la culture visuelle*, Les prairies ordinaires, Paris, 2010, p.206-207

l'espace public cinématographique est moins intolérant que pendant les années 1920, mais il demeure une approche protectionniste qui n'a plus lieu d'être aujourd'hui.

Dès lors, la logique du consommateur, comme celui des offreurs dès lors qu'ils intègrent cette conception comme étant celle du consommateur est la reproduction de la théorie de la « rationalité limitée ». Les biens culturels, les modalités de choix, les stratégies d'offres, bref toutes les actions et pensées orientées autour des biens culturels (et donc cinématographiques) visent une maximisation de profits sans aucune vision d'ensemble, sans aucune prise en compte de la complexité des rapports signifiants. La logique du multiplexe, la logique du consommateur qui utilise les nouveaux dispositifs de jugement, mais peut-être également les salles *art & essai* qui s'enferment dans leur niche, ne cherchent pas une représentation de l'existence sociale.

Pareille situation a pour avantage une perte de contrôle du champ social des désirs individuels, puisque personne ne peut prétendre pouvoir le définir clairement. Mais cette situation a aussi un versant négatif : ce savoir manque aussi aux sujets qui, du coup, se crispent dans leur conceptions. Et nous sommes alors dans une situation problématique, pour la médiation culturelle, qu'évoquaient déjà Marx :

*« le problème de l'échange marchand constitue le degré zéro de la communauté sociale. Marx relevait dans ses Grundrisse que dans le cas des sociétés traditionnelles, l'échange s'effectue aux frontières intercommunautaires ; dans cette perspective, ajoutait-il, la société capitaliste est « asociale » »*⁴⁵⁸.

La logique de l'offre ne rend pas compte de la construction du désir, et élude toute trace de psychologie dans son mécanisme, considérant les goûts comme données traitables.

C'est dès lors la logique mimétique qui prend cette fonction absente et qui apparaît comme extrêmement puissante, aussi bien au niveau du comportement des offreurs que des consommateurs⁴⁵⁹. C'est dans la capacité à enraciner le mimétisme que le marché affiche un continuum logique ; et c'est dans la capacité à l'occulter que le marché apparaît tolérable pour le consommateur – d'autant plus tolérable que l'offre apparaît comme « personnalisée ».

Le sujet est autrement plus limité lorsqu'il est inscrit dans l'idéologie de la différence (qui est incommensurable avec la notion de singularité) : ses choix, la valeur accordée aux choix sont des expressions faiblement performatives au sein d'un système symbolique pseudodialectique où l'on ne sait discerner la différence de l'identité. Et, précisément, inscrit dans le

⁴⁵⁸ *ibid.*, p.175

⁴⁵⁹ Forest C., *Quel film voir ?*, op.cit.

pansynchronisme du métamarché, les sujets sont inscrits dans un système générateurs de différences.

Cette complexification s'explique de deux manières. D'une part, il s'agit de prendre également position vis-à-vis des institutions. Il s'agit de générer des différences au sein de ce qui, par définition, est le Même. De plus, les acteurs institutionnels – par l'effet propre à *l'illusio* – n'ont pas su plus clairement définir leur statut et fonction, et bien moins encore s'adapter aux problématiques contemporaines du sujet et de la médiation.

D'autre part, le problème que l'on rencontre vis-à-vis de Kant, c'est également la difficulté consécutive au noumène, puisque précisément, depuis les effets de modernisation, le noumène apparaît comme un second phénomène. C'est toute l'articulation problématique entre la technique et l'appareillage ; l'appareillage apparaît comme le pendant nouménel de la technique. Cependant, il influe directement, selon Benjamin, dans l'aïsthésis, dans la perception elle-même. C'est que, de Kant à Benjamin, il y a un grand saut : le sujet ne peut jamais prendre de distance vis-à-vis des phénomènes qu'il perçoit et qu'il juge, puisqu'il participe pleinement de l'interprétation. Du reste, cela se manifeste dans les exemples mêmes que ces deux auteurs trouvent par établir leur réflexion sur l'esthétique : Kant revient souvent aux phénomènes « naturels », des sortes d'objets qui seraient séparés de l'activité humaine ; Benjamin, au contraire, ne perçoit aucun objet qui ne soit pas déjà inscrits dans la perception culturellement et historiquement contingente de l'homme. Autrement dit, la distanciation n'est pas acquise, mais se travaille : c'est là la nécessité même de l'activité critique. Du reste, c'est ce que Cavell reproche aussi à Kant.

(L'économie contemporaine s'est, par ailleurs, confronté au même problème, par rapport à son héritage théorique. Par exemple, tout le problème que l'on rencontre notamment avec la théorie d'Adam Smith, c'est que son système ne tient qu'aussi longtemps que la biosphère – la Nature – peut offrir indéfiniment des matières premières ; qu'en est-il lorsque l'on arrive à saturation de la productivité ? C'est un des enjeux auxquels se confrontent les théories néoclassiques. L'on en trouve des prolongements dans les problématiques spécifiques aux théories de la spéculation financière – qui ne sont que le prolongement, la réification, des échanges marchands : les spéculations se trouvent, tôt ou tard, confrontée à un retour du refoulé, le refoulé étant, ici, les contingences des systèmes de production...)

B. ouverture problématique : redonner une position claire au sujet et une visibilité des problématiques globales

Il y a une forte tendance à croire en une rhétorique des positions-sujets multiples ; mais l'on tend alors à oublier qu'elles sont toujours inscrites quelque part et en relation avec d'autres positions-sujets. Et si ce qui définit les micro groupes n'est plus – comme cela l'a été pour les classes sociales – la production, cela ne veut pas dire qu'ils ne sont pas structurellement positionnés. Ils le sont, en relation à l'institution. Et, comme le souligne Jameson, le problème est bien que cette configuration est moins aisément politisable, notamment parce qu'elle n'est pas spatialement (et surtout temporellement) circonscrite. Nous comprenons bien que la grande problématique réside dans l'importance de la question temporelle et notamment dans l'articulation politique entre temporalité réflexive – locale – et *pansynchronisme*. Aux sources du problème constitutif du champ de l'exploitation cinématographique il y a l'oubli du public et la multiplication consécutive des opinions.

L'exemple le plus manifeste de ce problème est l'émergence des complexes : il s'agissait d'une offre de plus en plus orientée sur le synchronisme – et donc peu différenciée de la télévision – et dont la mise en scène du spectacle cinématographique était déniée. Autrement dit, il y a eu une grande perte : celle de l'imaginaire et de sa temporalité. Cette mauvaise stratégie s'enracine dans les logiques *d'illusio* propres au champ – et conduit le public à être exposé de manière plus radicale encore au *conatus* – qui implique le repli sur une conception du cinéma qui n'a de valeur que performative au sein du groupe : l'on est alors passé de la « qualité » à « l'exigence ».

Ce faisant, il y a un oubli des possibilités structurelles et cet oubli est camouflé par l'invention de la figure de « l'indépendant » et par la construction de l'identité minoritaire. L'identité minoritaire est d'ailleurs aussi bien propre à *l'art et essai* (il suffit de voir comment l'exploite le réseau *Utopia*), qu'aux spectateurs « cinéphiles » des multiplexes.

La situation est d'ailleurs d'autant moins lisible pour le spectateur que l'ensemble des discours et usages ne sont pas inscrits dans une même logique, ils ne sont constitutifs d'une seule et même logique culturelle. En effet, si les développements du marché cinématographiques peuvent être analysés comme dans une logique postmoderne – de développement culturel excluant toute *téléologie* (et dont la citation de Jameson donne un aperçu des problématiques pour le sujet) -, il ne demeure pas moins, au sein de l'espace

public, une approche plus proprement moderne⁴⁶⁰ : d'un côté, les dispositifs d'État – dont font partie les dispositifs pédagogiques -, mais également les acteurs dont la pratique est encore articulée sur l'ancienne logique du champ. Il y a donc deux logiques en conflit, chacune ayant sa propre légitimité.

Il s'agit de lutter contre une pensée spatiale, et faire un retour sur la dimension temporelle. En effet, l'analyse stratégique révèle que les antagonismes se font dans un plan d'immédiateté, notamment à travers la nécessité d'avoir une programmation d'actualité. De même les rapports de force sont très instables parce que précisément, il s'agit de travailler la valorisation en se référant à un calendrier médiatique qui est une construction du marché, construction auquel participe l'espace public cinématographique. Or le problème de la complexité actuelle de la médiation culturelle est un problème de *synchronisation*. Du coup, la valorisation consiste à donner de la consistance au temps passé par un spectateur dans un espace donné ; si les multiplexes valorisent ce temps par une qualification événementielle, ce n'est pas pour autant la seule valorisation, la seule signifiante possible. C'est ainsi que l'on peut d'ailleurs redonner une articulation politique (qui recouvre le local et le global) à l'expérience esthétique : en valorisant d'une nouvelle manière la construction signifiante (et la participation du public dans ce procès) qui s'établit dans l'hétérotopie de la salle.

C'est précisément ce qu'ont compris les stratégies marketing du *Web* et ce qu'ont compris également les multiplexes : ils ont apporté une importance à la dimension imaginaire et ont intégré toute la pratique cinématographique au sein d'un même espace. Évidemment, tout cela n'est pas une valorisation des films, mais une valorisation de l'approche *romantique* du sujet spectateur. Autrement dit, ils ne résolvent pas totalement la problématique du sujet face à l'articulation jugement / sympathie, volontarisme / déterminisme. Bien au contraire, ils circonscrivent le jugement et la volonté au sein d'une logique déterminée et dont les catégories évaluatives sont celles de la sympathie (au sens kantien). Cela n'empêche pas que leur succès démontre bien qu'il y a un procès à valoriser ; reste à déterminer comment peut-on le valoriser autrement...

Certains réseaux s'établissent au contraire sur une posture fortement politique. Mais leur logique est moins définie *per se* que par opposition à l'offre du *métamarché* : autrement dit, ils sont eux-mêmes – par l'effet dialectique – inscrit dans l'idéologie de la *différence* et

⁴⁶⁰ Nous souhaitons ici rappeler que Jameson est un théoricien particulièrement important dans le sens où son étude du postmodernisme n'est pas un déni de la pensée moderne ; bien au contraire, c'est avec l'héritage des théories modernes qu'il analyse la postmodernité.

laissent le spectateur dans une position problématique structurellement comparable à celle du spectateur de multiplexe.

C. Le numérique : de la « torpille » aliénante à l'outil d'une offre réellement alternative

Les dispositifs numériques ont révolutionné, dans l'ensemble, l'espace public cinématographique et ont permis une réelle économie (ainsi qu'une esthétique nouvelle parfois). Ces dispositifs, appliqués au champ de l'exploitation, peuvent apparaître inutile, voire simplement problématiques. En effet, le coût est très élevé et la plupart des exploitations – y compris les multiplexes – ont mis les freins, ne voyant aucun réel intérêt d'investissements. Cependant, une esthétique tend à se développer, nécessitant pareils dispositifs et, à ce titre, *Avatar* a considérablement avantage les établissements qui étaient équipés : c'est ainsi que Pathé a gagné une très forte audience, au détriment d'UGC. C'est pourquoi les leaders du marché de l'exploitant se sont finalement tous positionnés en faveur du numérique et ont ainsi contraints les autres exploitations à les suivre. C'est même là une stratégie d'essoufflement de la concurrence que visent ces grands groupes⁴⁶¹.

Les coûts d'investissement sont très élevés, mais le numérique peut aussi être exploité de telle sorte que les exploitants peuvent reconfigurer la structuration du champ. Certes, les processus de numérisation sont des nécessités propres au marché, et participent très directement du *métamarché*. Certes, reconfigurer la structuration du champ ne signifie pas rééquilibrer les rapports de force économique. Mais cela ne signifie pas pour autant qu'il n'existe pas, au sein de ce processus, une possible nouvelle diversité de l'offre. Par définition, nous l'avons dit, si le capitalisme conduit à des normalisations, il conduit également à des différenciations. Cependant, c'est dans la mécanique même d'institutionnalisation que le problème se pose car il demeure notamment une standardisation des éléments censés être divers. Il n'y a pas, pour l'heure, une pratique unique liée aux dispositifs numériques, et c'est

⁴⁶¹ Roy P., « Vertus de l'innovation stratégique pour les leaders du marché », *Revue Française de gestion*, 2005/2 N°55

Roy P. « Une lecture spatiale des stratégies concurrentielles », *Entreprises et Histoire*, N°53, 2008

Roy P. et Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », *Revue française de gestion* 2006/8 n°167-

précisément à travers un certain nombre de « tactiques » que les exploitants peuvent avoir un positionnement pertinent au sein de l'espace public, et être moins soumis aux rapports de force violents au sein de l'espace public cinématographique.

Il s'agit notamment de ne plus reprendre les logiques de discours qui ont constitué le champ, mais, bien au contraire, se confronter à la définition du métier, de la filière, de la pratique cinématographique. Et, à ce titre, nous pouvons déjà entrevoir une perspective intéressante, puisque l'on peut envisager de dédoubler la définition du cinéma : ni simplement pictural, ni simple spectacle, mais précisément entre pictural et spectacle, avec plusieurs types d'accompagnements possibles. Il ne s'agit pas nécessairement d'ailleurs que le champ sépare ces deux dimensions, que des groupes s'accaparent une de ces dimensions, puisque cela ne ferait que reproduire la différenciation qui existait avant le numérique.

De tout cela, il faut prendre en compte différents points cruciaux sur lesquels les exploitants peuvent agir. L'exploitation ne doit pas seulement apparaître comme une programmation, c'est-à-dire une simple offre de films. Nous voyons que les problématiques au sein du champ se retrouvent en dehors de ce champ ; les stratégies de l'exploitant doivent donc prendre en compte une diversité de phénomènes qui sont bien au-delà de la simple offre de films. Cette logique élargie correspond à ce que nous appellerons dans la troisième partie la *praxis*. Il s'agit d'une réflexion sur la pratique de médiation employée par l'exploitant, pratique de médiation qui doit manifester les logiques de son discours et offrir au spectateur une définition claire de la pratique cinématographique, en lien avec d'autres usages possibles.

Cependant, cela pose deux grands problèmes. D'une part, la visibilité que l'exploitant peut avoir de cette problématique élargie et, d'autre part, les moyens et les nécessités d'action que cela requiert. Nous ferons alors un petit préambule théorique que nous confronterons à différents cas de figures singuliers – issus d'entretiens fait dans le cadre de cette thèse.

Partie III :
Critique de l'économie
politique et symbolique du
cinéma.
Une proposition de praxis de
l'exploitant

Introduction

Nous avons vu, dans notre parcours, les problématiques culturelles liées à la dématérialisation des échanges. Dans la première partie, nous avons eu l'occasion de positionner le discours du cinéma vis-à-vis de ces problématiques.

Dans la deuxième partie, nous avons commencé à circonstancier, spatialiser et historiciser, ces enjeux en insistant sur la manière dont l'espace public cinématographique s'est constitué en relation dialectique avec l'espace public. Nous avons, ce faisant, vu sur quelle(s) logique(s) se sont structurés les institutions et le marché cinématographique. Si ceux-ci apparaissent en « crise », c'est parce que la logique sur laquelle ils reposent apparaît comme inefficace, voire inefficace que ce soit au regard des logiques de développement culturel comme au regard des logiques de marché. Le marché qui, par ailleurs, semble pourtant couvrir convenablement les logiques culturelles puisque, à partir des modélisations de Karpik, nous avons pu voir à quel point le marché prend en compte le système de jugement. Cependant, bien qu'extrêmement complexe, polymorphe, voire intermédial, ce *métamarché* qu'est le marché intégrant en son sein les dispositifs de jugement ne rend jamais compte que d'une dimension de la médiation, que d'une dimension du sujet et des acteurs.

Beaucoup de théories se positionnent en faveur ou en défaveur de l'une ou l'autre logique. De même, beaucoup d'acteurs au sein du champ se positionnent de la même manière et c'est l'État, avec ses multiples instruments, qui tente de maintenir ensemble – à défaut de marier – ces deux conceptions. De fait, ni l'une ni l'autre ne peut, à elle seule, prétendre à couvrir l'ensemble des phénomènes et des enjeux. C'est que ces deux approches ne sont que partielles et participent d'une approche compréhensive plus globalisante : l'économie.

C'est donc sous l'angle de l'économie politique et symbolique que nous devons réinterpréter l'ensemble des phénomènes, que nous devons positionner les différents acteurs et que nous pourrions développer des perspectives stratégiques. C'est précisément l'objet de cette partie. Il ne s'agit, finalement, que d'une sorte de traduction des problématiques vues précédemment, en termes économiques.

Il est alors nécessaire de définir clairement ce que l'on entend par économie. Celle-ci ne se résume pas – comme on l'entend malheureusement bien trop souvent – au marché. La logique, la rationalité de marché ne sont qu'un niveau, qu'une dimension de l'économie. De

même, la logique de développement culturel peut être saisie dans une logique économique. Penser l'économie sans se réduire à une pensée de marché, c'est penser en terme de création et d'échange de valeurs ; c'est refuser la détermination de la valeur et de l'échange basées sur une simple logique de profit.

C'est que la pensée économique peut accepter une modification théorique fondamentale que ne peuvent pas les deux autres approches. Elle peut comprendre et traduire de manière plus pertinente ce qui, dans les parties précédentes, apparaît comme une frontière, une limite, un lieu à débats sans fins. Prenons, par exemple, la frontière, la limite, de la première partie, à savoir la question de la postmodernité. La postmodernité n'est pas une logique culturelle définitive, qui succède à la modernité, mais, dans l'approche que nous avons, une interprétation, une logique culturelle liée aux effets de modernisation. Et loin d'être une sorte de grenier de formes et de logiques culturelles antérieures non théorisables, le postmoderne apparaît chez nous comme une illustration (parmi d'autres) de problématiques modernes, - une idéologie - et, plus précisément ici, de problématiques liées à la notion de valeur.

Nous avons déjà rencontré, dans la deuxième partie, la question de la valeur ; mais elle n'était alors exploitée que dans une logique de marché (ce qui explique pourquoi ce sont presque exclusivement les multiplexes qui apparaissent comme créateur de valeur, ainsi que quelques réseaux et salles art & essai qui sont structurellement comparables). Nous l'intégrons maintenant dans une logique d'économie politique et symbolique.

A. Problématique contemporaine du droit de regard : Géopolitique des contenus et position relative du sujet

Les modifications des structures économiques et de diffusion culturelle accentuées et accélérées par le numérique rejoignent la conception du postmoderne de Fredric Jameson. En effet, le postmoderne, selon lui, est une périodisation permettant d'articuler de nouvelles formes esthétique et culturelles avec l'émergence d'un nouveau type de lien social et d'ordre économique. Tout le problème, selon lui, réside en ce que le marché camoufle les marqueurs de différenciation de classe sociale (qui, d'ailleurs, serait également des marqueurs de

différenciation de possibilité d'accès à la culture) en simulant et en esthétisant les différences entre des « groupes » ethno-culturels (ce que l'on appelle plus quotidiennement les « tribus »). Du reste, les spectacles médiatiques « mainstream » effacent les traces de production et mystifient le processus de travail en transformant les marchandises en simulacres affectifs et les publics en matières premières de valeur d'échange pour les publicitaires et les agences de marketing. Cela a d'ailleurs conduit à une relative porosité entre l'art dans son sens haut et le populaire, y compris au sein des arts institués.

Il est un fait, sur lequel insiste beaucoup Frédéric Martel : beaucoup de majors hollywoodiennes appartiennent à des firmes étrangères ; ainsi, l'américanisation des films n'est qu'un choix stratégiques et ne reflète en rien une recherche d'impérialisme culturel⁴⁶². C'est dire si l'économie des industries de contenus – dont fait partie le cinéma – tend à être bien plus complexe et interconnecté qu'avant. Ainsi, l'hyper rapidité des échanges, l'interconnexions des capitaux et des projets culturels, impliquent un problème politique pour le sujet qui est structurellement le même problème que pour l'importance et la diffusion de la culture : il est très difficile de cartographier le réseau communicationnel global et décentré dans lequel nous sommes pourtant inscrits comme sujets individuels.

Il s'agit donc de situer la relation imaginaire que l'on entretient avec l'hyperespace du capitalisme global ; de l'inscrire dans la logique symbolique de la sociabilité, c'est-à-dire, notamment, de la situer dans l'espace, la temporalité et la logique signifiante de la sociabilité où la médiation a lieu. Autrement dit, il existe plusieurs échelles d'action et de réflexion au sein de l'hyperespace du capitalisme global – les actions localisées, régionalisées, nationalisées et les actions sur plan international – et ce qui fait la complexité de l'économie de la globalisation, c'est que toutes ces échelles doivent être saisies et comprises.

L'espace public cinématographique a principalement des problématiques nationales, mais doit à la fois reconnaître les actions plus localisées et s'ouvrir aux problématiques internationales (diffusion de la culture, mais aussi relation de commerces). L'exploitation cinématographique, quant à elle, oscille entre problématiques locales (surtout les salles de proximité) et problématique nationale (les grands groupes d'exploitation et, nous l'avons vu, implicitement certaines salles *art et essai*). C'est une action conjointe de ces acteurs, une pratique qui articule les différentes échelles problématiques qui offre un point de vue riche,

⁴⁶² Martel F., *Mainstream, enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Paris, Flammarion, 2010

complexe permettant de se confronter aux problématiques liées à la globalisation (globalisation des échanges, relations interculturelles, etc.).

Une telle compréhension peut s'établir d'ailleurs sur deux ordres critiques: d'une part, critique de l'imaginaire ; d'autre part, épreuve et critique du symbolique. Le cinéma pictural, mais également le cinéma spectacle sont des moyens d'exprimer et de problématiser la compréhension des problématiques imaginaires et symboliques, le positionnement du sujet au sein des « coordonnées de la marchandise ». L'un, en décentrant temporairement le sujet ; l'autre en mettant en pratique (de manière cependant partielle) la question de la sociabilité. Aucun de ces deux angles n'a le privilège exclusif de l'art cinématographique ; ce sont deux manières de concevoir le problème et deux manières de l'exprimer. Au niveau strictement symbolique, c'est tout le travail d'articulation du politique et de l'esthétique fait par l'exploitant.

Cette problématique est très complexe pour l'exploitant, puisqu'il doit avoir à la fois un regard porté sur l'extrême localité de son lieu de diffusion et sur les mécaniques globales. Son regard doit être quasi-dédoublé, ce que l'on pourrait d'ailleurs nommer le « regard Feldman »⁴⁶³. Accorder un *droit de regard*, c'est finalement, avant tout, contribuer à un travail de compréhension des représentations idéales et des logiques symboliques d'appartenance, qui exprime, d'une certaine manière (c'est-à-dire de manière contingente) les relations entre des éléments sociaux particuliers, les processus politico-économiques et les formes culturelles, là où la tendance postmoderne du *métamarché* vise la fragmentation, la dispersion et l'implosion des formes de signification. « Totaliser », chez Jameson, n'est rien d'autre que cela : « totaliser » consiste à relier, situer et connecter les objets, les phénomènes et les événements, en rapport avec des structures plus larges qui déterminent les limites et permettent leur existence historiques et phénoménales⁴⁶⁴.

⁴⁶³ Marty Feldman était un acteur de cinéma comique, particulièrement présent dans les films de Mel Brooks. Il souffrait d'un strabisme divergent et c'est en cela qu'il exprime le regard particulier que doivent avoir les exploitants. Nous aurions pu d'ailleurs étendre la parallèle en insistant sur le type d'humour très spécifique de cet acteur dont le jeu ironique correspond à la distance ironique que devraient avoir les indépendants. Pour l'image Cf Annexe 3 : « Le regard Marty Feldman », p.813

⁴⁶⁴ Cependant, Jameson est ici manifestement et radicalement hegelien. Il demeure alors une ambiguïté dans son travail : la logique hégélienne ne tient que sur une conception de l'Histoire unilatérale, univoque et téléologique. Inversement, nous nous situons bien plus dans l'héritage de Benjamin qui montre que la période moderne n'est pas nécessaire la « fin de l'Histoire », mais qu'elle est sans cesse reproduite – avec de nouvelles expressions, de nouvelles formes, de nouveaux rapports de force – parce que, globalement les sujets modernes n'ont pas globalement saisi les rapports humains à l'aune de la dialectique et tendent à un rapport utopique à la modernisation et/ou une nostalgie des sociabilités d'antan où il n'y avait pas le « doute » immiscé par la pensée dialectique. Le principe de Benjamin est que c'est dans un accord entre l'ensemble des sujets que peut advenir une nouvelle forme de sociabilité, peut-être une nouvelle époque historique. La complexité, que l'on retrouve

L'espace public cinématographique a cru que ce pouvoir de « totaliser » était le propre du film. Inversement, le *métamarché* délègue cette responsabilité aux usagers (tout en veillant à établir des connexions). Nous considérons ces deux démarches comme biaisées ; ni fondamentalement justes, ni fondamentalement fausses. Certes, le film propose des relations signifiantes entre des éléments au sein du montage et offre un discours qui entretient des relations signifiantes avec d'autres films ainsi qu'avec l'espace public. Cependant, cela ne prend sens que lorsque ces « connexions » sont repérées par le spectateur et que le spectateur lui-même, dans son travail interprétatif, établit des « connexions ». Le film n'a donc pas l'apanage de la signification.

C'est fort de ce principe que le *métamarché* délègue des pouvoirs au spectateur : la signification procéderait alors du parcours du spectateur, de l'intertextualité qu'il produit. Cela est en partie vrai. Mais c'est alors faire l'impasse sur la question de la sociabilité : *quid* des productions signifiantes au sein de la salle de cinéma et *quid* de la négociation entre différents *points de vue*. Le spectateur semble ainsi résumé à être un ilote – un élément productif, mais isolé -, inscrit dans une sociabilité restreinte – son entourage ou, dans le meilleur des cas, dans une communauté de goût. Sa connexion à l'espace public serait d'ailleurs permise par les dispositifs de *métamarché* – le box office offre un aperçu du goût général de la population, la communauté de goût est connectée par les dispositifs propres au Web 2.0...

Ces deux façons de « totaliser » sont finalement problématiques dans leur radicalité. Nous proposons donc de nous en distancier et de rappeler sereinement les conditions élémentaires d'une expérience cinématographique : le cinéma, c'est un film projeté dans une salle devant un public. Il y a une double articulation : l'articulation spectateur / film et l'articulation spectateur / public. C'est cette double articulation qui permet au spectateur de se confronter à un idéal du moi et, en même temps, de faire l'épreuve de la sociabilité. Ainsi, dans un temps donné, il fait l'expérience d'une problématique globale (notamment à travers la représentation idéale au sein du film) et de sa compréhension localisée (notamment à travers l'épreuve de

dans son essai sur Paris, se retrouve pour nous aujourd'hui dans une forme, mais toujours avec la même structure problématique : l'on a l'intuition des problématiques de sociabilité et de perception du monde, et le marché radicalise ces expressions en insistant sur l'utopie ou en insistant sur la nostalgie. Il faut se déprendre de la radicalité de ces expressions, c'est-à-dire, comprendre leur signification, mais les établir comme points de tension déterminantes de nos pratiques et usages et non comme « lieux d'action ».

Nous garderons donc l'expression de « cartographie », mais nous allons viser à l'articuler plus précisément dans la conception de Benjamin et de notre interprétation de Cavell. Ce faisant, nous éviterons les mélanges d'échelles que fait souvent Jameson, et nous situerons plus précisément les lieux d'action de l'exploitant. Cela permettra de voir la pertinence critique de sa fonction, mais aussi de l'inscrire de manière légitime dans l'espace public cinématographique et d'ouvrir la question sur la manière dont il peut s'inscrire sereinement dans une logique de marché qui, rappelons-le, n'est qu'une forme d'expression des rapports de pouvoir.

sociabilité). L'exploitant a alors une double fonction : d'une part, il propose un programme et, d'autre part, il participe d'un certain discours, d'une animation. Sa *praxis* doit comporter une réflexion sur ces deux problématiques et son discours doit les manifester auprès du public. Cela n'empêche nullement, par ailleurs, au spectateur d'avoir un parcours singulier, une « écriture intertextuelle » (pour jouer avec l'expression de Schéfer) qui lui est spécifique ; au contraire, celle-ci est facilitée dès lors que l'exploitant sert de repère – et non plus de norme et de représentant d'un régime prescriptif.

Cette tâche est déjà extrêmement complexe parce que, nous l'avons vu en deuxième partie, le positionnement de l'exploitant est souvent contraint et limité par les mécaniques mêmes du champ. Dès lors, peu d'exploitants tendent à regarder au-delà de la sphère de production de films. De plus, le travail de totalisation nécessiterait un regard transcendant qui, par définition, n'existe pas. Mais cela ne signifie pas pour autant que tout travail de « totalisation » est politiquement inutile. Et Jameson de dire que la forme politique de la postmodernité consiste en la tentative d'invention et de projection d'une « cartographie cognitive globale » (c'est-à-dire une totalisation) sur une échelle spatiale et, surtout, sociale. Ainsi, c'est le principe qui compte et non l'échelle. Autrement dit, on peut avoir un tel travail politique établi selon différentes échelles.

Il ne s'agit pas de rendre compte de tout, mais d'être initiateur d'une logique qui permette de comprendre un certain nombre de phénomènes. L'on ne peut résumer l'ensemble des problématiques, l'ensemble de la complexité des rapports signifiants et marchands au sein d'une seule séance, au sein d'une même représentation – c'était là les utopies des œuvres d'art totales. Il s'agit de comprendre, et de donner à comprendre, que des relations signifiantes et marchandes sont constamment reproduites et établies à différentes échelles. Si l'on fait l'épreuve de ces échanges à une échelle, l'on peut s'ouvrir aux problématiques propres aux autres échelles.

Plus précisément, dans la médiation cinématographique, il s'agit de rendre compte de la complexité des relations signifiantes dans une séance de cinéma ; ces relations signifiantes n'exposent pas la globalité des problèmes, mais « l'esthétique pleine » est globale puisqu'elle prend en compte aussi bien la singularité du spectateur que la sociabilité dans laquelle il est inscrit, ainsi que les logiques imaginaires et symboliques propres à cette sociabilité. Il ne s'agit pas d'avoir un discours « macro », mais de comprendre que le « micro » est un élément du « macro » et que ce qui se joue au niveau « micro » est une forme réduite de ce qui se joue au niveau « macro ». C'est cela même la *complexité* telle que définie par Edgar Morin, et la

manière dont le sujet et l'espace public se définissent dans un vaste rapport dialectique. Ainsi, une posture réflexive amène une posture critique ; et la capacité critique dans un domaine peut conduire à une posture critique générale.

Du reste, c'est là une des grandes leçons de Cavell. En tant que philosophe du langage et de la morale, il aurait pu analyser le cinéma d'un point de vue macro, prescriptif ; or il n'en est rien. C'est à l'aune des problématiques que proposent les films et les séances de cinéma que Cavell nous invite à comprendre les fondements de la sociabilité. C'est à partir du micro qu'il ouvre les questions vers le macro ; cela sans oublier, pour autant, l'incidence constante du macro – les films sont produits par un espace public, sont échangés dans une globalisation, le public lui-même est déjà un micro espace public... Mais c'est en comprenant les relations signifiantes qui s'établissent entre le film et la micro sociabilité de la salle que l'on peut, progressivement, élargir le problème aux autres échelles⁴⁶⁵. L'exploitant doit viser, dans son « service », à donner lieu à cette problématique fondamentale.

B. Les conditions possibilité d'une posture critique

La dernière section de *Le postmodernisme, ou la logique culturelle du capitalisme tardif* se porte sur les trois conditions de possibilité⁴⁶⁶ d'une résistance politique (et donc culturelle) et ces trois conditions peuvent être établies sur une stratégie locale, comme régionale, nationale ou transnationale. Il y a deux grandes stratégies culturelles de résistance : d'un côté, subvertir ou se réappropriier les logiques culturelles postmodernes ; de l'autre, établir des espaces critiques qui permettent de comprendre les logiques de sociabilité, les structures de pouvoir, ainsi que les fondements idéologiques sur lesquels ces pouvoirs s'inscrivent.

Pour ce qui est de la première stratégie, cela implique – pour ne pas être relégué à un phénomène *underground* - une échelle d'action très grande : pour le dire autrement, ce sont plutôt les organes nationaux et internationaux qui prennent en charge cette échelle d'action.

⁴⁶⁵ Ce faisant, nous reprenons, à nouveaux frais la logique de la critique kantienne, à ce ci près que la dialectique est ici enrichie de la question de la sociabilité dès le départ.

⁴⁶⁶ Mais nous n'en retiendrons qu'une, la deuxième étant la défense du marxisme au sein des universités et la troisième étant la systématisation d'une nouvelle forme de conscience de classe globalisée.

C'est, à notre avis, l'objet même de la vaste enquête qu'est *Mainstream* de Frédéric Martel. Et, à ce titre, ses conclusions sont éclairantes et particulièrement passionnantes. Nous ne pouvons pas beaucoup nous étaler à ce sujet, mais un résumé d'ensemble permet d'éclairer notre propos.

En effet, vu sur une échelle globale, la mondialisation des diffusions culturelles ne se résume pas à une américanisation globale ; il y a, comme le dit Martel, homogénéisation, mais également, à l'intérieur de cette homogénéité, une hétérogénéisation. Autrement dit, il y a un développement fort de l'industrie culturelle américaine, et celle-ci apparaît comme un « autre », une référence, vis-à-vis de laquelle tendent à se développer des blocs régionaux.

Ce double processus peut se résumer de la manière suivante :

« Une nouvelle géographie de la circulation des contenus, celle du XXI^e siècle, est en train de prendre forme. Ses grandes lignes : des échanges Nord-Sud de plus en plus asymétriques ; des échanges Sud-Sud de plus en plus inégaux entre pays émergents et pays démunis ; un pays dominant de plus en plus puissant mais qui, avec l'arrivée de nouvelles puissances, ne sera plus le seul à dominer ; des pays émergents qui se développent aussi à travers leurs contenus ; en fin d'anciens pays dominants – à commencer par l'Europe – qui risquent d'être submergés »⁴⁶⁷.

Dans chaque région du monde, il y a des contradicteurs de l'Europe et des Etats-Unis, qui produisent alors fortement des contenus et gagnent une importance au niveau régional ; d'autres pays un peu moins puissants, mais qui, par crainte de leurs voisins, sont en partenariat avec les Etats-Unis (lorsque ces derniers y voient un marché intéressant) ; et des pays faibles, de plus en plus affaiblis. L'Europe, pour sa part, tend à s'affaiblir, à perdre de la visibilité. Pire, c'est même son incapacité à satisfaire l'ensemble des identités culturelles au sein de ses territoires qui en fait une industrie fragile ; les industries des pays émergents visent d'ailleurs également ces publics là dans leurs politiques d'expansions.

À ce titre, le monde arabe est intéressant. Il s'agit, avec la Chine, du principal contradicteur de l'Occident. Il s'agit, pour eux, en premier lieu de réunifier la culture panarabe puis de viser les publics musulmans d'Asie. C'est en dernier lieu qu'ils viseront le public global, notamment en prenant appui sur les populations émigrées en Europe et en Amérique du nord. Cependant, ils sont encore face à plusieurs problématiques : d'une part, les pays arabes ne sont pas unilatéraux au niveau politique et démocratique,

« mais le problème des pays arabes n'est pas seulement moral, il est aussi industriel et économique. Les états du Golfe jouent un rôle de banque pour faire émerger des industries créatives puissantes, mais ils n'ont pas, chez eux, les créateurs nécessaires, ni les histoires à raconter, et doivent les acheter

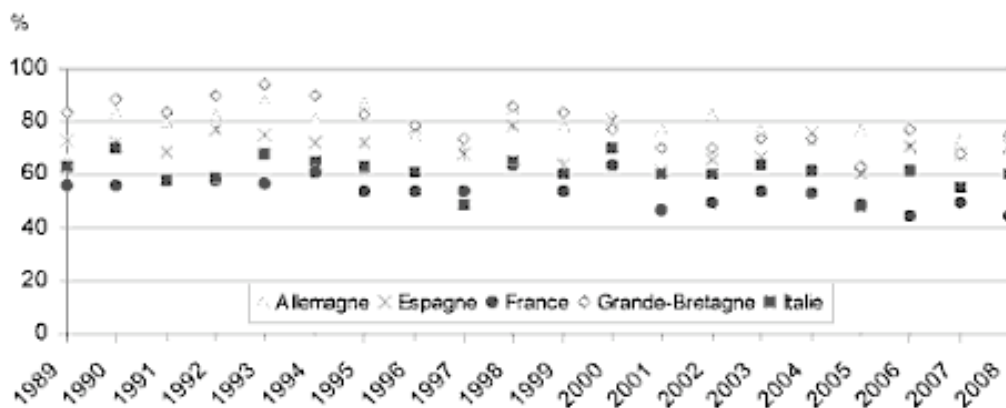
⁴⁶⁷ Martel F. *Mainstream...*, op.cit. p.426

au prix fort en Égypte ou au Liban. Ailleurs, au Maghreb, ou en Syrie, ce sont les capitaux qui manquent et les relais médiatiques. »⁴⁶⁸

L'Europe quant à elle, dont les options sont les opposées de celles des Etats-Unis (sur lequel nous parlerons dans quelques pages) subit une perte de puissance et de visibilité. Martel résume d'ailleurs très bien les déficiences structurelles :

« Au fond, l'Europe à vingt-sept cumule les problèmes de l'Asie (une langue dominante que tout le monde rejette, l'anglais ici, le mandarin ou le hindi là), les problèmes de l'Amérique latine (faible culture populaire commune dans le sous-continent), et les problèmes des pays arabes (vives tensions, en interne, sur les valeurs communes). Mais ces faiblesses ne sont pas compensées, comme en Asie, par le dynamisme démographique et économique, comme au Brésil par la jeunesse et la vitalité du pays, ou comme dans le Golfe par des ressources financières inépuisables »⁴⁶⁹.

Autrement dit, et pour finir ce passage sur la subversion du principe postmoderne, le choix de la confrontation radicale, du refus total du marché conduit à une assimilation totale – bien que plus ou moins lente – par le marché. Et, du reste, il suffit de voir les demandes en films états-uniens dans les grands pays européens de 1989 à 2008⁴⁷⁰ :



Source : MEDIA Salle

Il ne faut cependant pas croire qu'il s'agisse de la seule solution. En effet, lorsque l'on regarde par exemple des productions télévisuelles de Dubaï, celles-ci ne sont plus que très vaguement égyptianisées. Cette solution doit être pensée à partir d'instances bien plus grandes que les seuls dispositifs de production : c'est au niveau de l'État et du CNC, voire de la Communauté Européenne, que doit se faire une réflexion de fond à ce sujet. Parce que, finalement, la plupart des pays européens ont des problématiques communes (vieillesse de la population et donc peu de renouvellement de marché intérieur, rapport rigide à la notion

⁴⁶⁸ ibid. p.428

⁴⁶⁹ ibid ; p.439

⁴⁷⁰ Forest C., *Quel film voir ?...*, op.cit.

de culture) et n'ont jamais réellement travaillé à établir une culture commune. Et, d'ailleurs, cette culture commune peut aussi bien être définie par les européens que par les créateurs issus de l'immigration qui pourraient participer à cette définition (ce que font, par ailleurs, les créateurs aux Etats-Unis).

Les exploitants, étant inscrit dans une logique un peu plus locale, doivent principalement travailler sur la « cartographie cognitive » (qui est la seconde perspective que propose Jameson) et que nous avons redéfini de la manière suivante : établir des espaces critiques qui permettent de comprendre les logiques de sociabilité, les structures de pouvoir, ainsi que les fondements idéologiques sur lesquels ces pouvoirs s'inscrivent⁴⁷¹. Si l'on parle de cartographie, il faut comprendre cependant que la critique implique une compréhension des rapports de force actuels, mais également la logique historique qui conduit à la situation actuelle. C'est précisément sur l'ahistorisme que se déploie l'idéologie postmoderne et c'est précisément sur le régime de *pansynchronisme* que se déploie le *métamarché*.

La « cartographie » facilite trois conditions de possibilité de posture critique. D'une part, il s'agit de recentrer le sujet dans un espace et un temps donnés. En effet, dans les nouvelles structures d'offre, de médiation, le sujet perd le sens de la temporalité ainsi que toute forme de coordonnée spatiale. Et c'est un fait que même les dispositifs générés par le *Web 2.0* et le *Web collaboratif* n'incitent pas nécessairement à situer le sujet dans une localité et dans une perspective existentielle (lorsqu'ils le font, ils immiscent toujours une logique de réseau plus vaste qui, par définition, dépasse très largement le cadre de l'individu). La manière même dont on offre les films – avec les non-films ou le raccourcissement toujours plus spectaculaire du cycle des médias – tend à réduire les spécificités locales. Et, par ailleurs, si Hollywood est le premier exportateur de film dans le monde, ce n'est pas nécessairement le fruit d'une américanisation des cultures, mais plutôt, comme le rappellent Forest et Martel, le fait que leurs produits ont au contraire peu de spécificités culturelles et visent plutôt des thématiques et formes universelles. Autrement dit, ils offrent un imaginaire, des représentations de l'idéal de soi que partagent beaucoup de cultures. Le problème est le positionnement critique quant à ces représentations « idéales ».

La « cartographie » permet de situer les sujets géographiquement, mais également au sein de l'espace complexe d'échanges marchands et signifiants générés par la mondialisation.

⁴⁷¹ Cependant, nous verrons en fin de partie qu'il existe des micro stratégies de filière dans certaines associations et qui permettent, à l'échelle d'une localité, de travailler plus ou moins cette « subversion ».

Il s'agit de faire comprendre que tout acteur de sociabilité est en relation dialectique avec le procès d'échange marchand et signifiant complexe de la mondialisation.

À ce titre, le système du CNC, par sa complexité administrative, peut être un frein. En effet, nous voyons bien qu'aujourd'hui, la programmation de films est moins un positionnement local qu'un positionnement vis-à-vis de l'actualité cinématographique. Du coup, il y a deux grands types de positionnement : soit suivre la logique du marché, qui est très violente et rapide, soit s'enfermer dans la programmation de films « art et essai » dont le cadre définitionnel est de moins en moins opératoire. Certes, à côté de ces deux perspectives, il existe d'autres systèmes de reconnaissance comme « jeune public » et « film de patrimoine », mais le premier n'est pas particulièrement cadré et le deuxième souffre encore d'une carence en termes d'accessibilité des films.

Du coup, il y a à la fois une logique de rente qui s'installe au sein du champ et, lorsque ce n'est pas le cas, une pseudo-logique où l'on diffuse un peu de tout. C'est que la logique très riche du CNC est avant tout une logique articulée sur la diffusion de biens culturels ; la salle est jugée et jaugée en fonction des biens qu'elle diffuse. Il est nécessaire de prendre plus en compte le travail au sein de la salle, c'est-à-dire de valoriser, au sein du CNC, la qualité de service culturel offert par la salle. Mais cela pose un gros problème d'organisation au sein du champ, où les acteurs se sont, pour l'essentiel, positionnés sur une logique de biens.

C. Vers un nouveau paradigme de structuration socioéconomique : le *lobal*

Le travail de médiation n'empêche pas pour autant un travail non plus seulement de métier, mais également de filière, c'est-à-dire de reproduire, à une échelle réduite, les phénomènes de réappropriation qui se trament par ailleurs dans le monde. À ce titre, le modèle économique d'Hollywood est un puissant modèle sur lequel l'on pourrait s'appuyer.

La structure d'Hollywood actuellement n'a plus rien à voir avec la structure des majors d'antan. Elle est moins monolithique et fonctionne en « archipel », c'est-à-dire sur un ensemble de réseaux de productions constitués de milliers de PME et de start-up qui sont autant d'unités spécialisées, des indépendants. Le système est moins oligopolistique qu'on le

croit et s'établit sur une interdépendance entre major et indépendant. Et c'est à travers la circulation des uns vers les autres que naissent des innovations.

Cependant, cette dynamique fonctionne parfaitement à l'exportation parce qu'elle est également traitée de manière très complexe au niveau de la diffusion, et cette complexité est permise par le système de propriété intellectuelle qui est très spécifique : ce ne sont pas les seuls auteurs qui ont un droit moral sur les films.

« En fin de compte, le modèle est constitué par des milliers d'acteurs autonomes qui, poursuivant des objectifs privés et concurrents, finissent néanmoins, en dépit d'une grande imprévisibilité, par donner à l'ensemble du système sa cohérence et une forme de stabilité »⁴⁷².

Il faut comprendre que la grande spécificité des industries culturelles américaines – et plus radicalement encore les productions d'Hollywood – est qu'il s'agit moins d'œuvres spécifiquement américaines que d'œuvres à vocation universelle. Autrement dit, nous avons moins à faire à de « l'impérialisme culturel » qu'à une simple stratégie de multiplication des marchés ; d'ailleurs, Martel rappelle que, pour viser des public plus ciblés, les studios n'hésitent pas à produire en moyenne 200 films locaux par an. Autrement dit, ils jouent à la fois la carte du *mainstream*, et du film différencié. Ce qui veut dire que la montée en puissance d'autres industries culturelles ne se fera pas au détriment des Etats-Unis, puisqu'ils y auront une part. La capacité à faire un tel grand écart est étonnante pour les européens, mais il faut bien savoir qu'à l'intérieur de leur propre territoire, les Etats-Unis recouvrent un grand nombre d'identités culturelles qui apparaissent comme autant de *focus group* pour les exportations possibles.

Cette logique a déjà un nom : c'est précisément ce qu'on a appelé, pendant un moment, le *glocal*, c'est-à-dire la synthèse du global et du local. Néanmoins, ce modèle est précisément le modèle problématique du postmoderne qu'a évoqué Jameson : en effet, il vise prioritairement le global, ce qui permet une grande réussite économique, mais cela conduit à une relative perte de spécificité locale. Il existe peut-être un schéma opposé, mais basé sur la même structure. Ce serait ce que l'on pourrait appeler le « *lo-bal* », c'est-à-dire le local et le global, mais avec une extension moins importante (lo, comme « low », c'est-à-dire « bas »). Autrement dit, là où le *glocal* part d'universaux pour accentuer certains traits culturels spécifiques (risquant alors de transformer les traits culturels en purs effets formels), le *lobal* s'enracine dans des particularités, des points de vues locaux et tendent à s'ouvrir sur la totalité, sur le global.

⁴⁷² Martel F. *Mainstream, enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, op.cit. p.422-423

Le *lobal* s'inscrit aussi bien au niveau de la production, d'ailleurs, que de la diffusion. Il s'agirait, par exemple, de produire des œuvres locales et régionales, mais également de diffuser les films non plus simplement dans le respect des calendriers de sortie, ni des effets de discrimination administratives (« art et essai »), mais également de les présenter en lien avec des œuvres locales (documentaires, court métrage...), ou les inscrire dans des thématiques locales. Par ailleurs, le numérique peut permettre de diffuser des films de patrimoine (si ceux-ci sont convenablement restaurés), ce qui permet d'inscrire une perspective historique dans le travail de programmation de films.

Mais un tel travail ne peut pas se faire par une salle isolée. Il faut tout une logique de réseau et de mutualisation. Mais cette mutualisation, pour être résistante et pertinente, ne doit pas être un simple réseau de métier, mais doit comprendre une logique de filière. Autrement dit, il ne s'agit pas d'une simple association de salles, mais de salles avec des productions, voire des distributions. Du reste, c'est ainsi que fonctionnent les industries les plus performantes ; et, d'ailleurs, les réseaux de métier art et essai, lorsqu'ils se développent, ne font plus une offre si différente des multiplexes.

En quelque sorte, il s'agit de ne pas rester sur la question de la valorisation des biens culturels. Il s'agit, d'une part, d'en produire et, d'autre part, réfléchir sur la notion de service culturel. L'exploitation, en tant que telle, s'est revitalisée lorsque des investisseurs ont pensé en termes de service. C'est là une nuance très importante que les débats évoquant la marchandisation de la culture, la culture de supermarché, ont camouflé, et, pourtant, c'est sur ce point que l'on peut saisir ce sur quoi peuvent réfléchir les défenseurs du cinéma et ce à partir de quoi ils peuvent trouver des solutions pas nécessairement identiques à celles des multiplexes.

D. Critique de l'économie politique et symbolique : une autre définition de l'économie

Le champ cinématographique est en « crise ». Que ce soient les théories, les pratiques, les usages, l'organisation du champ, la notion de « cinéma » tend à se diluer dans un

ensemble plus vaste qu'est l'audiovisuel et les usages tendent à s'indifférencier. C'est à l'aune de ces changements possibles, de cette « crise » que nous réfléchissons sur la définition du métier d'exploitant de cinéma ; ce faisant, nous pouvons entrevoir quelques perspectives stratégiques.

Encore faut-il s'entendre sur la manière dont nous entrevoyons lesdites définitions et stratégies. Celles-ci s'établiront à partir d'une pensée économique ; mais l'économie sera entendue ici dans sa dimension la plus large possible, voire dans sa dimension anthropologique et non pas résumée à l'approche de l'économie de marché. Cela pour plusieurs raisons. D'une part, d'autres auteurs – bien plus documentés et compétents dans ce domaine – travaillent précisément sur les perspectives liées au marché. Deuxièmement, le marché ne perçoit pas cette crise qu'il engendre puisqu'au contraire, il se déploie précisément sur cette crise. Dernièrement, notre approche de la culture (et de ses médiations) ne saurait accepter d'être astreinte à une logique de commerce ; ce qui ne veut pas dire que nous concevons des perspectives hors-marché, cela veut dire que l'on conçoit autrement les échanges marchands et signifiants. C'est donc à partir d'une critique de l'économie politique que nous proposerons à la fois un schéma explicatif de la « crise », des définitions opératoires du « cinéma » et du métier d'exploitant et, ce faisant, que nous présenterons des perspectives alternatives à celles actuellement à l'œuvre dans les logiques des institutions et du marché.

Dans la suite des travaux de Jean-Joseph Goux sur Marx et Freud, nous entendons l'économie politique comme science des conditions et des formes dans lesquelles on produit et on échange, science des manières dont on met en équivalence, dont on substitue, dont on transpose, dont on représente⁴⁷³. Nous comprenons dès lors que l'économie politique du cinéma s'inscrit dans une problématique plus vaste que le champ cinématographique : le cinéma nous apparaît comme un « fait social total » en ce qu'il est hautement symbolique et qu'il entretient des rapports structurellement comparables avec les problématiques liées au langage, à la conscience, au commerce...

Ces différentes structures peuvent avoir leur évolution expliquée par la logique dialectique suivante : le principe symbolique de comparaison de deux données différents engage un processus de distinction entre valeur d'usage et valeur d'échange ; l'évolution du psychisme, du commerce, de la signifiante suivent un processus d'idéalisation où la valeur d'échange prime sur la valeur d'usage (l'esprit sur la matière, le signifié sur le signifiant...). Progressivement, ce qui correspond à la valeur d'usage, à la matérialité est relégué dans

⁴⁷³ Goux J-J, *Marx, Freud. Économie et Symbolique*, Paris, Seuil, 1973

l'inconscient de l'échange, entraînant un *désencastrement* de la sphère d'échange (signifiant, marchand) où l'on se réfère plus précisément à un tiers régulateur – que Goux nomme « équivalent général » - (*Autre, Capital, Culture*).

Si dans le développement psychique, dans le développement des structures d'échanges (marchands et/ou signifiants) l'on passe nécessairement par 4 phases d'idéalisation progressive, l'impact d'une structure donnée et donnée à la conscience, l'oubli progressif des phases (logiquement et historiquement) antérieurs, tendent très précisément à l'arbitraire des logiques d'échanges, au *désencastrement* critiqué par Polanyi et à l'aliénation totale du sujet à la logique symbolique dominante. Du reste, cela conduit à la situation que les parties précédentes ont mis en exergue : apparition du postmoderne, du *métamarché*, de la dématérialisation de l'expérience cinématographique.

Nous devons donc clairement positionner notre discours vis-à-vis de la logique économique usuelle et expliciter la logique de déroulement dialectique d'idéalisation que Marx a saisi dans la logique d'échange marchand et que Goux met en parallèle avec la logique d'échange signifiant (et de développement psychique).

À partir de cette logique, nous pourrions avant tout faire une critique de l'économie politique de la médiation culturelle, puis, plus précisément de l'économie politique du cinéma. Ce n'est qu'une fois cette approche développée que nous pourrions envisager les perspectives des exploitants et leur définir un rôle. Freud et Marx, tels que lus par Jean-Joseph Goux, nous permettrons de saisir l'inconscient de la situation de crise et de lire par un autre biais les théories de Cavell et de Benjamin, comme des versants « objectivés » de la logique dialectique.

C'est, du reste, en positionnant la fonction d'exploitant par rapport aux logiques institutionnelles et celles du marché que l'on peut entrevoir des perspectives stratégiques qui soient reliées aux perspectives susmentionnées.

I. Critique l'économie politique et symbolique de la médiation culturelle.

A. une économie qui s'est logiquement désencastrée

Penser l'économie du cinéma dans une perspective plus large que la seule économie de marché implique une critique de l'économie politique. À ce titre, nous nous situons dans la continuité des travaux de Karl Marx, de Karl Polanyi, et, plus encore, de Jean-Joseph Goux. En effet, si Polanyi permet d'expliquer à grands traits les problématiques de l'économie politique, Marx permet de l'envisager plus en profondeur et Goux permet d'en révéler d'autres aspects – et non les moindres – où les caractéristiques de l'économie de marché rejoignent structurellement les caractéristiques de tout procès de symbolisation. C'est l'objet du présent passage que d'expliquer l'héritage sur lequel nous réfléchissons la critique de l'économie politique du cinéma et dont nous allons extraire le rapport complexe entre valeur d'usage / valeur d'échange symbolique et valeur d'échange marchand qui semble être le nœud problématique d'où ressortent les valeurs pharmakon et autres.

Dans un premier temps, il s'agit de distinguer les deux formes d'économie – économie au sens anthropologique et économie de marché -. Nous distinguerons alors la valeur d'usage de la valeur d'échange – et nous commencerons à donner un aperçu de la différence entre valeur d'échange symbolique et valeur d'échange marchand. Dans la suite des travaux de Marx et de Goux, nous viserons à présenter de manière logique l'évolution des rapports entre ces types de valeurs. Ce n'est qu'une fois cette partie explicitée que nous pourrons alors faire, une analyse historico-logique de l'économie politique de la médiation culturelle en général et ensuite du cinéma en particulier.

Langage, échange marchand, psychisme, cinéma sont structurellement comparables et reliés parce qu'ils participent tous d'activités symbolique, et l'œuvre de Goux permet très précisément de comprendre la structuration de l'ordre symbolique ainsi que les rapports de pouvoir et d'institutionnalisation qu'elle implique. À travers la compréhension du procès de

symbolisation, qui est un mouvement d'unilatéralisation et d'idéalisation, nous pourrions dès lors mieux comprendre les problématiques liées à la postmodernité et les problématiques actuelles du champ qui sont, toutes deux caractérisées par un aplanissement purement formel des rapports (humains, langagiers, marchands)⁴⁷⁴.

i. Economie anthropologique / économie de marché

Bien souvent, l'on entend l'économie sous l'angle restreint de l'économie de marché ; les autres conceptions étant souvent reléguées au monde du passé primitif ou des utopies (lorsque ce n'est pas au monde des cauchemars). Cependant, l'économie de marché n'est qu'une conception de l'économie ; une conception qui s'enracine et se justifie à partir de l'économie au sens anthropologique. L'économie de marché implique un mode de penser et d'agir extrêmement particulier ; il ne s'agit que d'un mode de symboliser, un mode de relation à la Nature, à la Culture et aux autres hommes. Et si cette approche est actuellement dominante, elle devient totalement aliénante dès lors que l'on pense qu'il s'agit du seul mode de symboliser possible. Nous le verrons, cette approche est extrêmement réductrice et conduit aux tensions que l'on a perçues tout au long de cette thèse.

Polanyi nous permet d'envisager l'économie, comme processus de valorisation, sans se restreindre aux modalités de marché : il distingue en effet, l'angle *substantif* du terme de son angle *formel*. Si l'économie – dans toutes ses acceptions – est toujours une pensée des processus de valorisation et d'échanges, la distinction s'opère dans la manière dont on perçoit le processus de valorisation et les objets valorisés.

Ainsi, d'une part, il y a l'analyse de l'échange entre l'homme et son environnement social et naturel et, d'autre part, l'analyse du marché comme lieu de calculs coûts-avantages dans une situation de rareté. Ce faisant, il distingue très clairement l'échange du marché : « *Bien que les institutions de marché soient donc des institutions d'échange, le marché et l'échange ne coïncident pas* »⁴⁷⁵. Il est alors nécessaire de clairement distinguer ces deux conceptions et de

⁴⁷⁴ Il est important de noter que les plus grands économistes ont toujours été ceux qui ont su éviter de ne penser qu'en fonction des valeurs de leur époque et qui ont su, dès lors, revenir sur les éléments concrets engagés dans un échange. Ainsi, par exemple, la *freakonomie* de Steven Levitt, qui pose, par exemple, comme question : si l'on tend à croire que les dealers sont très puissants, très riches – ce qui explique la forte attractivité de cette économie parallèle auprès de sujets défavorisés - pourquoi l'immense majorité des dealers vivent encore chez leurs parents ?

⁴⁷⁵ Cangiani M. et Mancourant J. (éd.), *Essais de Karl Polanyi*, Paris, Seuil, 2008, p.74

voir dans quelle logique économique tend à se structurer l'économie de la culture en général, et l'économie du cinéma en particulier.

L'approche « *substantielle* » pourrait être catégorisée comme une approche anthropologique, dans le sens où elle recouvre un ensemble circonscrit de pratiques et d'institutions dont l'objet est la production, la distribution et la consommation de valeurs d'usage, de biens ou services, tels qu'ils apparaissent *nécessaires* à la collectivité et à la vie individuelle.

Une approche historique peut se consacrer alors sur les contenus et les processus de valorisation organisés selon le niveau technique et les rapports sociaux donnés. L'économie est alors le *procès de la relation institutionnalisée entre l'individu et son environnement*. Pareille approche considère qu'il y a toujours des « besoins » à satisfaire, et dont la satisfaction a un coût qu'il s'agit de déterminer. Il est à noter que le « besoin » n'est pas nécessairement le besoin « naturel » ; cela reviendrait à réduire l'environnement de l'homme à l'environnement dit naturel. Le rapport à la nature, nous l'avons déjà dit, est déjà un rapport médié par la culture ainsi, l'environnement de l'individu est avant tout social et culturel. Il y aurait alors aussi des « besoins culturels ».

Cette acception pose problème. En effet, le « besoin culturel » est moins une injonction de nécessité vitale *qu'une nécessité expérientielle*. Autrement dit, il ne s'inscrit pas tant dans un schéma utilitariste que dans un schéma politique. Cela n'en fait pas moins un besoin : depuis le célèbre article de Benjamin, nous voyons bien que la logique économique de la culture peut très bien ne pas être envisagée sous l'angle unique et unilatéral de la *rareté*. La *rareté* n'est rien d'autre que le corrélat de la mise en forme d'une logique symbolique et sociale. La *rareté* peut être une construction générée par l'économie *formelle* ; mais elle peut tout aussi bien être refusée dans une approche *substantielle*. C'est pourquoi, dans ce sens, au lieu de parler de « besoins culturels », nous reprendrons l'expression d'Alain Caillé, en parlant de « *désirables* ». Il n'en demeure pas moins, nous le verrons avec Goux, que le *désirables* est nécessairement le fruit d'un procès de symbolisation, donc d'une création d'exemplarité (ce qui peut amener, reconduire, réintégrer le problème de la rareté).

Cela nous apparaît être une formule d'autant plus intéressante qu'elle exprime une ambiguïté : en effet, tout *désirable* ne s'obtient pas nécessairement de manière commerciale, puisqu'il y en a qui relèvent du gratuit, du contemplatif... Cela exprime relativement bien la nature hétérogène de l'économie, à savoir la relation dialectique entre *nécessité essentielle* (besoin naturel, mais aussi finitude de l'individu au sein des rapports symboliques) et *nécessité sociale* (rapport de pouvoir). Et ces *désirables* ont toujours fait l'objet d'échanges, même si

ces échanges ne correspondent pas nécessairement à des échanges marchands. C'est au moment où l'échange de l'utile se sépare de l'échange de désirables inutiles que l'économisme prend consistance, notamment en proposant l'exploitation de la monnaie comme équivalent général à la place d'une économie du don.

Le sens « *formel* » est une disposition de l'esprit, un calcul portant sur l'utilisation la plus efficace des moyens disponibles dans un contexte de rareté. La différence d'avec le sens « *substantif* » est précisément *l'abstraction totale des objets, au profit d'une attention aigüe pour la relation moyen-fin* (d'où le terme formel, de forme), ce qui implique un danger d'extraversion. C'est une logique comportementale, là où la définition « substantielle » est un ordre social : c'est une problématique institutionnelle que de s'inscrire ouvertement dans une approche générique et historique, ou, au contraire, de se contraindre au montage contextuel propre à la modernité économique. Pour le dire autrement, c'est respectivement le choix de contraindre ou de favoriser le sens « *formel* ». Car le sens « *formel* » est un type d'institution particulier de l'économie substantiel, au même titre que le don, par exemple.

Nous comprenons, dès lors, la différence fondamentale entre approche formelle et approche substantielle. C'est dans une perspective *substantialiste* que nous devons comprendre la logique de l'économie de la culture et du cinéma, et que nous devons comprendre la manière dont l'approche formelle semble être intégrée par l'ensemble des acteurs et des usagers. Autrement dit, dans l'étude historique et logique du procès de la relation institutionnalisée entre le sujet et l'environnement – où le cinéma est inscrit dans une logique institutionnelle –, nous devons faire l'analyse critique de la manière dont l'institution particulière qu'est l'institution formelle semble devenir dominante.

Si l'institution marchande tend à assimiler les sphères culturelles, c'est parce qu'elle réussit à traduire, en sa logique, les logiques du *désir*, les logiques mêmes de la *finitude du sujet*. Toute institution économique le fait, mais, elle le fait d'une manière singulière, impliquant des avantages et des inconvénients, des rapports de forces particuliers, des éléments valorisés et des éléments dévalorisés, etc. L'institution formelle semble avoir, à l'image de l'approche substantielle, intégré tous les éléments et offre alors une grille d'interprétation et d'action, autrement dit une grille d'existence suffisamment complète pour être dominante.

Cela se confirme notamment dans la constitution de ce que nous avons nommé le *méta-marché*, qui tend à accorder une dimension réflexive, notamment par le truisme de *l'intermédiation*. Cependant, elle sort des agencements courants, et l'intermédiation elle-

même n'est pas tant un rapport intersubjectif qu'un rapport médié qui s'ignore (et dont on tend à ignorer les rapports de pouvoir sous-jacents). Ces logiques de marché, les logiques d'intermédiation, déterminent autrement les subjectivités et les objets désirables, notamment en rendant abstraites les *finitudes* – et donc les valeurs éthiques et politiques consubstantielles – au profit d'un mécanisme abstrait, appelant à une indéfinie volonté de puissance. C'est précisément là tout le problème de l'approche formelle. Et, le cas extrême, à savoir la recherche de moyens, le désir de moyens, implique une déterritorialisation de l'économie et des discours. Si la valeur et la richesse sont finalement des éléments qui doivent constamment être renégociés, l'impasse faite sur cette négociation conduit à une simple aliénation au moyen – qui est une définition abstraite du désir - et donc, une subjectivation axée sur le pur symbolisme. Nous avons, au fil de notre réflexion, montré un certain nombre de problèmes qui découlent de cette situation : la *romantisation* du spectateur, la *surmoïsation* dans l'offre (art et essai, mais aussi, nous l'avons vu pour le jeune public où le choix du film est « dramatique », progressivement dans les multiplexes), des exploitants qui peinent à avoir une bonne perceptibilité du champ et qui tendent à diffuser des valeurs *pharmakon*...

Cette tournure de l'esprit qu'implique l'économie formelle apparaît, selon Polanyi, comme « *désencastrée* », nettement séparée de l'économie substantielle. Comme si ces deux manières d'être de l'économie n'avaient aucun lien. Pour le dire autrement : embarqués dans le mouvement de la logique formelle et du pur échange, nous tendons à oublier la logique de production, la logique de création de valeur ; comme si nous n'étions plus que dans la plus pure sphère du symbolique. Loin de n'être qu'un débat épistémologique, ce *désencastrement* est un réel problème politique⁴⁷⁶.

C'est précisément l'objet du travail de Jean-Joseph Goux – que nous reprendrons beaucoup dans la présente partie de la thèse – que d'expliquer le rapport dialectique et « généalogique » entre ces deux manières de penser et d'agir économiquement. Le formel est un prolongement du substantiel au sein du procès de symbolisation et de l'échange. Un tel apport théorique permet à la fois de comprendre la logique inhérente aux deux principes,

⁴⁷⁶ En effet, à partir de cette réflexion élémentaire de Karl Polanyi, nous pouvons faire un très grand nombre d'études en psychologie sociale et ce, de manière logique, sans sombrer dans la pensée du *ZeitGeist*, de l'esprit d'époque. Nous le verrons plus précisément plus loin, lorsque nous suivrons les propos de Jean-Joseph Goux. Notamment que l'inscription dans le plus pur champ du symbolique tend à faire le déni du réel et que, ce faisant, nous nous inscrivons alors dans un champ qui apparaît comme purement arbitraire et contraignant pour le seul substitut de réel restant, c'est-à-dire notre corps et nos pensées. Cela permet de problématiser autrement les problématiques liées aux sensibilisations politiques, notamment le respect des lois, des règles de sécurité, mais également, dans le sens inverse, la violence des rapports interculturels (où, comme le dit Zizek à juste titre, plus on se bat pour quelque chose d'abstrait et d'arbitraire, plus on est prêt à faire un énorme sacrifice).

mais, surtout, de comprendre le fait que peuvent coexister des acteurs qui pensent en ces termes si différents.

ii. Ce que partagent l'esthétique, les institutions et le marché : la structure pyramidale

Comprendre la leçon de Goux, qui reprend Marx et Freud, implique cependant de concevoir bien différemment l'économie. En effet, il s'agit dans un premier temps de cesser de penser l'économie en pure positivité – ce que semble encore faire Polanyi. Toute chose donnée implique une transformation, une chose reprise. Toute valeur implique parallèlement une occultation. « *Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme* ». Et, en économie, nous pourrions dire que la transformation peut être opérée sur la matière ou sur la perception : en effet, valoriser quelque chose (en occultant une autre chose) c'est transformer la perception sur ces deux choses (sur la chose valorisée et sur la chose dévalorisée). Ainsi, nous devons prendre garde sur les mécanismes de transformation et sur ce qu'ils impliquent.

Goux, dans son ouvrage *Économie et Symbolique*⁴⁷⁷, propose une lecture croisée de Freud et de Marx, et repère une équivalence structurelle (de « transformation ») entre l'évolution des échanges marchands et les structures du psychisme et du langage. Cette grande mécanique de transformation de la perception et de la matière, Goux la nomme *procès de symbolisation*. Pour le dire autrement, ce que propose Goux, c'est que la genèse des formes de l'échange conçue par Marx est un exemple de la logique plus générale dialectique et historique de tout procès de symbolisation ; ainsi, l'échange marchand, l'échange signifiant, l'échange psychique, l'échange politique – et, nous postulons, l'échange esthétique – ont tous, comme condition de possibilité, la fonction symbolique. C'est par cette fonction symbolique que le vivant produit de l'organisation sociale ; et si l'on parle de procès, c'est que la logique évolue, accumule des strates (organisationnelles, signifiantes...).

Puisque ce procès concerne aussi bien la sphère du psychisme que celle des relations intersubjectives, politiques et marchandes, l'on peut dire qu'il participe directement de la culture : il est caractéristique du mode de « substituer » propre à une population donnée. En effet, le principe de symboliser est, très précisément, de comparer des incommensurables par des effets de substitution. Le rapport symbolique implique la recherche d'un point de vue

⁴⁷⁷ Goux J-J, op.cit.

mesurant sur lequel on s'accorde pour échanger. Produire, écrire, travailler, parler, échanger sont tous des modes de substitution qui engagent l'ensemble des aspects de l'organisation sociale. L'intuition de Marx, dans le rapport qu'il tisse entre infrastructure et superstructure, est que, en dernière instance, tous ces modes de substituer peuvent être interprétables à partir du mode de substituer économique ; de même, Freud, remonte la logique de symbolisation, à travers l'étude des lapsus (et autres symptômes) ainsi que l'interprétation des rêves (qui est le mode d'expression le plus profond, le plus inconscient). C'est pourquoi nous insistons sur un point : si l'on tend, institutionnellement et dogmatiquement, à séparer l'esthétique et l'économie, nous comprenons maintenant que ce sont des activités reliées, des expressions différentes du symbolique, mais qui participe d'un même régime de symbolisation. De même, à la fin de la deuxième partie, l'on pourrait croire que le marché et les institutions sont séparées, en simple conflit, mais ils ne sont que deux interprétation du régime symbolique.

Le procès de symbolisation n'est donc pas seulement un acte sémiotique : avant toute chose, symboliser, c'est retenir d'un objet sa structure caractéristique et l'identifier dans des ensembles différents. C'est en cela que l'on peut parler de transformation dans la perception. Cette faculté permet d'investir et de maintenir des invariants malgré les différences et les changements (valeurs, essence, c'est-à-dire toute conceptualisation, toute pensée en dehors des manifestations empiriques). Et cette logique se manifeste dans un rapport social entre deux sujets échangistes. Et c'est parce que cela engage aussi bien les acteurs que leur relation (et la possibilité même de tout échange) que tout échange peut être entendu comme « fait social total ».

« La logique dialectique du procès de symbolisation désigne la logique des formes historiques et sociales de l'échange en général, à tous les niveaux où il y a « échange » à savoir (en un sens élargi, qui se justifie par sa fécondité et sa cohérence) : mise en équivalence, mise à la place de, substitution, etc. Répétons que la fonction symbolique correspond à la possibilité même de dissocier la forme et la matière, de penser l'invariance de la forme malgré la différence du contenu ou de la matière »⁴⁷⁸

Tout échange (qu'il soit signifiant, marchand) est permis par un processus d'abstraction et de substitution. Et Goux nous propose une passerelle avec la théorie psychanalytique : celle-ci prend en compte l'interchangeabilité des investissements pulsionnels libidinaux qui sont, eux-même, différables (par le refoulement la sublimation). Le symbolique encadre notamment le sexuel par un jeu de transposition infini suite à la non-satisfaction immédiate.

⁴⁷⁸ *ibid.*, p.32

Ainsi, l'économie substantielle aussi bien que l'économie formelle (mais également l'économie libidinale, de la signifiante) participent du procès de symbolisation. Ce qui produit le glissement de la première à la seconde – ou, plus précisément, la spécification de la seconde –, c'est-à-dire ce qui aboutit à un « désencastrement », est le résultat de la reproduction des modes d'échange, de leur évolution, qui conduit à une attention plus aigüe sur les référents symboliques au détriment de la matérialité et des contingences de l'échange.

Si les procès de symbolisation (et donc, entre autres, de valorisation) impliquent quatre points – un invariant, une matière (qui est le corps de la marchandise), un reflet (d'un invariant, d'une valeur dans le corps de l'autre) et un point de vue mesurant (loi régulatrice) – l'évolution des procès vise une mise en équivalence (versus la contradiction) et donc la recherche d'un point de vue mesurant le plus niveleur possible. Progressivement donc, des éléments de l'échange et de la production sont occultés au profit de la recherche de cet ultime pont de vue mesurant. C'est la contradiction entre les sujets, la différence entre les objets qui constituent la logique historique et dialectique du procès de symbolisation. Et ces éléments occultés, mais toujours nécessaires à toute forme de socialisation, Goux les identifie comme participant de « l'inconscient » de l'échange : ils sont moteurs de l'échange, mais ils ne sont plus représentés, exprimés, rendus conscients.

De manière inversement proportionnelle, nous attachons une importance grandissante au point de vue mesurant et donc aux « équivalents ». Par le processus dialectique de nivellement, nous visons de plus en plus un équivalent abstrait, qui tend à créer des correspondances générales. Ces équivalents, Goux les nomme « équivalents généraux ». Chacun correspondant à un procès de symbolisation et de valorisation spécifique : le *Phallus* pour le sexe, le *Père* pour le psychisme, *l'Or* pour l'échange marchand, le *Logos* pour le langage, etc. Ce sont ces équivalents qui fondent les principes d'unification permettant d'évaluer la valeur d'objet et l'investissement d'énergie.

Le procès de symbolisation est une logique d'abstraction, d'idéalisation afin d'organiser le vivant ; mais, puisque le vivant implique toujours des contradictions, des conflits, ce procès évolue de manière dialectique et historique. L'évolution consiste à chercher un idéal régulateur, qui permette de mettre en équivalence des oppositions. Il y a plusieurs couches, plusieurs strates d'équivalents, de régulateurs. Et le problème est que l'on oublie les multiples strates (de valeurs, de signification, etc.) qui conduisent au plus haut niveau d'idéalisme, de régulation...

Progressivement, une structure pyramidale apparaît, qui reflète des relations de pouvoirs entre les référents et qui, en sibyllin, reflète des rapports de pouvoirs entre les individus échangistes. Ainsi en est-il, par exemple, de l'occultation – par illusion monétaire – des strates de valorisation opératoires dans l'échange marchand⁴⁷⁹ : si le moteur, le fondement de tout échange est *l'activité vitale*, laquelle est canalisée dans la *production concrète* ; celle-ci est réifiée, occultée par la *marchandise* et, notamment, non pas par sa valeur d'usage, mais plus encore par sa *valeur d'échange*. En effet, dans le rapport d'échange entre deux marchandises – qui implique dès lors une détermination de la valeur – les sujets échangistes doivent à la fois prendre en compte la production concrète et la relativité des valeurs les unes aux autres. À ce stade subsiste encore des conflits, des oppositions, et un grand problème, à savoir : comment évaluer une valeur dans une relativité générale ? C'est alors que le procès de symbolisation, qui vise un idéal régulateur – et qui cherche à faire l'économie (impossible) des conflits – vise une marchandise spécifique, qui devient référentielle : *l'argent*. Autrement dit, l'argent devient le reflet des valeurs de toutes les marchandises. Assez logiquement, l'argent doit alors représenter également les strates antérieures (activité vitale, production concrète, marchandise) ; mais cela implique une haute réflexivité que les usages ne prennent pas nécessairement en compte. C'est là la base même de ce que Marx considère comme la *réification* et/ou *l'aliénation*.

En effet, dans le jeu de substitution sans fin, il y a des hiérarchisations où la grande majorité des marchandises (ou des signes) sont déterminés par quelques-uns d'entre eux. Si la prise de pouvoir (ou le gain de représentativité) est avant tout logique, progressivement, il devient totalement arbitraire. L'aliénation absolue est la pensée tournée exclusivement sur le référent dominant, au mépris de la logique d'échange initiale et de la logique d'usage. Dès lors, à cause de l'apparence arbitraire du référent, nous imaginons que le rapport lui-même devient arbitraire. Pour le dire autrement, la reproduction des modes de substituer tend à faire oublier la logique de la substitution au profit d'un intérêt plus aigu porté au référent de la substitution.

Dans cette situation de totale réification, nous sommes sur un pur plan symbolique, un plan totalement immatériel. En effet, si l'on parle d'économie « désencastrée », d'économie formelle, c'est parce que ces approches ne prennent en compte que les rapports, ne pensent qu'en termes de purs systèmes de rapports. Ainsi, comme Goux nous donne en exemple, en est-il de l'approche Saussurienne de la langue : il y a un arbitraire du signe linguistique, dont

⁴⁷⁹ Les lignes suivantes résument ce dont nous allons parler plus en profondeur dans le passage suivant, qui concerne très directement la question de la valeur.

la signification est moins à chercher dans le rapport direct entre signifié et signifiant, mais dans le jeu de rapports entre signifiants, à l'aune d'une règle ; autrement dit, la langue est une mécanique, un assemblage sans fin de dérives référentielles sans dehors.

De même, nombre d'économistes (et de sociologues) conçoivent que les unités de prix désignent des atomes de valeurs idéaux – le prix caractériserait le rapport réciproque des valeurs -⁴⁸⁰. Ces approches sont problématiques en ce qu'elles accordent une trop grande importance au conscient (qui maîtrise et sublime tout). C'est pourquoi, ces théories évoquent souvent la rationalité des acteurs, la rationalité des usages, et pensent les rapports en termes quantitatifs.

Cette situation – que l'on retrouve explicitement dans le champ cinématographique (injonction paradoxale et *surmoïque* dans l'offre, *ultrarationalité* du choix, etc.) – est insupportable pour le sujet : il est inscrit dans un pur plan de rapports plus ou moins abstraits, dont la cohérence générale semble arbitraire et, en même, temps, tout choix devient choix « moral », « total » puisque considéré comme pleinement conscient. Le mouvement d'idéalisation implique dès lors souvent une confusion entre *désir* et *conatus*, c'est-à-dire entre logique désirante et logique d'affirmation.

Le principe de la « théorie » selon Marx consiste à restituer une place au référent de base concret mais absent, et le principe de « l'analyse » selon Freud n'est rien d'autre que la révélation des structures étagées et concrètes du signifiant. Goux nous illustre, à travers l'analyse croisée de la critique de l'économie politique de Marx et la critique de l'économie linguistique de Freud, les problématiques similaires de tous les procès de symbolisation : au final, le principe du matérialisme ne consiste en rien d'autre qu'en la visée de restituer puis rattacher la base indériverable aux jeux formels de purs rapports.

iii. L'activité critique comme révélation de l'inconscient du capitalisme

⁴⁸⁰ Cette approche quoique sévèrement critiquée par Marx dans la deuxième moitié du XIXe siècle a encore des disciples. Ainsi en est-il de la plupart des références théoriques de Lucien Karpik dans sa recherche sur l'économie des singularités (Akerlof, Lancaster, etc.). Du reste, cela explique pourquoi nous prendrons sa théorie comme « objet » de réflexion sur la valeur au cinéma un peu plus loin dans cette partie ; son livre sera, dans cette partie, moins un outil, qu'un ensemble d'exemples des symptômes d'une relation à l'art dans une logique formelle.

La critique Marxienne de l'économie politique consiste à rappeler *qu'il y a une matérialité derrière cet échange, des règles implicites d'échanges ainsi que des modifications de la perception suite à tout cela*. Ce qu'il appelle la « fétichisation » n'est jamais rien d'autre que l'oubli que le rapport entre les choses est l'expression du rapport entre les personnes. Au fil de l'acculturation à ce procès d'abstraction, nous tendons à ne concevoir comme concret que le procès lui-même, que la logique elle-même, qui devient une sorte de réel autre, de seule base concrète versus le divers, l'inconciliable, l'irreprésentable.

Ce processus d'acculturation se manifeste dans l'idéalisation progressive de la pensée et des échanges, où, peu à peu, dans un processus historique et logique, les rapports vivants d'échanges se trouvent réifiés en une incarnation unique de la valeur. Pourquoi glissons-nous assez logiquement dans une sorte de pur plan symbolique (où l'on fait abstraction de toute force, de toute matérialité) ? C'est que la logique de socialisation est consubstantielle à celle de symbolisation : la fonction symbolique est la condition de possibilité de tout rapport entre humains, et, en même temps, cette symbolisation est la conséquence de toute socialisation.

Ainsi, le principe de la « théorie » marxienne et de « l'analyse » freudienne ne consiste pas tant à lutter frontalement contre l'ordre symbolique dominant qu'à révéler les strates qu'il occulte, qu'à révéler l'inconscient (du capitalisme, du sujet, etc.). Comprenant alors le parcours des logiques d'échange et de substitution, les sujets comprennent alors les formules étranges de Freud et de Marx qui disaient, respectivement, que céder sur les mots revient à céder sur les choses et, plus profondément encore, que derrière l'ordre que l'on met entre les choses se camoufle l'ordre entre des personnes. C'est lorsque l'on révèle ces « inconscients » et que l'on comprend qu'ils sont moteurs du jeu de rapports symboliques que l'on peut faire des actions « pleines » (au sens lacanien, c'est-à-dire des actes et pensées qui intègrent toutes les dimensions, toutes les strates de signification)⁴⁸¹.

Il y a un « inconscient du capitalisme » – la production qui soutient et entretient la mécanique différentielle des valeurs -, un inconscient psychique – la libido et les pulsions, qui sont canalisés par la conscience⁴⁸² -, un inconscient du langage – l'ancrage dans une écriture

⁴⁸¹ Si nous nous sommes plus souvent référés à Lacan qu'à Freud, c'est que Lacan a fait une lecture de Freud à l'aune des principes linguistiques de Saussure. Il a ainsi transposé l'analyse freudienne aux problématiques de totale idéalité de l'ordre culturel qui, déjà, devenait désencastré.

⁴⁸² En effet, l'isomorphisme est total, puisque, ce que nous venons de dire de l'échange marchand, Goux nous donne un parcours équivalent dans le procès de développement ontogénétique de l'appareil psychique :

« l'appareil psychique stratifié que décrit Freud ne serait que la réflexion individualisée, biographique, de ce refoulement progressif de la base matérielle des signes, scandé et toujours accentué par les différents modes de production signifiants qui accompagnent les modes de productions matériels qui se sont succédés dans

de base, des expressions non-linguistiques⁴⁸³ - . Toute fixation à un palier de l'organisation signifiante est une réduction horizontale de la profondeur historique ; profondeur historique qui devient alors « inconscient », c'est-à-dire présent, mais non-objectivé (par l'ordre symbolique, par la conscience, par l'ordre du sens...).

L'économie substantielle et l'économie formelle ont toutes les deux les mêmes moteurs, à savoir la *force*, la *matière*, et les *différences* (entre marchandises) / *contradictions* (entre sujets cachés derrière le rapport entre marchandises). *La différence entre ces deux approches consiste en la reconnaissance, la prise de conscience, des matières premières, des données initiales, des moteurs de l'échange* : si l'économie substantielle se consacre à cela, l'économie formelle fait, quant à elle, abstraction de ses conditions vivantes et tend à devenir un pur plan de spéculations.

L'échange implique un équilibrage passager que l'on trouve entre deux (quantités de) marchandises ; cependant, l'échange n'est pas un simple échange de produits, c'est avant tout, un échange de *productions*. Cela implique une réflexion sur l'activité productrice et donc une identification, de la part des sujets, sur leurs capacités respectives de production. Cette réflexion vise une identité passagère et celle-ci se manifeste toujours par un aspect quantitatif ; tandis que la lutte des différents, des contraires, qui reste absolue (nos pensées, nos capacités productrices sont toujours différentes) se manifeste de manière qualitative. Ce conflit de « valeurs » montre la complexité de l'entente sur l'identité formelle et sur les conditions d'indemnité ; la fétichisation, la réification, consiste en l'oubli de l'indemnité au profit d'un point de vue mesurant qui privilégie exclusivement l'identité formelle (de la marchandise et des sujets).

L'économie formelle vise à faire abstraction de la contradiction (par la mise en place d'un équivalent général), à fixer un équilibre et cela passe par une abstraction des conditions vivantes de l'échange (c'est pourquoi l'on tend à croire en un rapport entre les choses versus un rapport entre les activités vitales).

l'histoire : domination et réflexion d'une structuration historico-sociale d'ensemble », in Goux J-J, *Freud, Marx...*op.cit., p.121

⁴⁸³ Idem pour le procès de symbolisation linguistique :

« *Ce qu'indique la succession historique des modes de production des signes de l'écriture, ce qu'indique la tendance qui fait passer du pictogramme au hiéroglyphe, et du hiéroglyphe à l'alphabet, c'est une réduction de la figuration au profit de la pure relation, une réduction du signifiant concret au profit corollaire de la mise en place, par signe minimum économisé, d'un système de valeurs pures. Ou, plus justement encore, c'est le dépassement du signifiant comme tel par un sens qui le sublime, et en retour, par un mouvement obligé, le refoule* » in. Goux J-J, *Freud, Marx...*op.cit., p.121

Cette problématique est importante, parce qu'elle engage l'identité des sujets derrière l'identité donnée aux choses. Le sujet est toujours sujet de l'échange. Que le sujet soit économique, juridique, politique, culturel, il est toujours sujet d'un échange respectivement de production, intersubjectif, signifiants... La culture est fondée sur l'existence de modèles que les sujets assument par identification. La culture appartient donc bien de la logique symbolique et le procès culturel implique (et exprime) toujours une polarité entre matière et idée.

À chaque phase de développement de la valeur, il y a des structurations de la forme de l'échange correspondantes ainsi qu'un mode de substituer spécifique. Il y a isomorphisme entre toutes les pratiques symboliques et le but de la théorie consiste en leur circonscription.

Chaque situation problématique doit être saisie sur un axe horizontal et un axe vertical. L'axe vertical implique la logique historique, la puissance de la production (et éventuellement ses strates de symbolisation), tandis que l'axe horizontal montre un point d'arrêt, nécessaire à tout échange et cristallise un rapport de force. Comprendre, de manière dialectique, une situation d'échange (qu'il soit marchand, signifiant, juridique, etc.) implique de percevoir aussi bien la logique horizontale des rapports de pouvoirs (qui sont légitimés par un équivalent) que la logique verticale de forces en action.

Nous pourrions nous interroger sur la pertinence de cette théorie dans le cadre d'une thèse portant sur le cinéma. Mais il nous apparaît qu'elle permet justement de comprendre l'importance anthropologique du cinéma (comme de tout art) : le cinéma effectue une transformation dans la perception du sujet. Toute la théorie de Cavell l'exprime très bien (et ce qu'il entend de la *morale* correspond, finalement, à ce que nous entendons par *sociabilité*). De même, l'on pourrait se demander pourquoi une thèse portant sur le cinéma interroge les problématiques de médiation culturelle en général et se réfère à des théories aussi diverses que l'esthétique, l'économie, la sociologie, la sémiotique : c'est que le cinéma nous apparaît comme « fait social total » en ce qu'il pratique un « substituer » et que le « substituer » engage l'ensemble des aspects de l'organisation sociale. La base même de la médiation culturelle est la compréhension de ce principe. Ainsi, le cinéma, à sa manière, exprime la logique de symbolisation de son environnement (c'est ce que nous avons pointé en première partie) ; mais, le cinéma participe également de ce régime, son économie n'est pas désencastrée, elle est en dépendance du mode de symboliser (c'est que nous avons entrevu

dans la deuxième partie et que nous allons expliquer dans la présente). Le cinéma, lui aussi, a un système d'échange et, donc, un « inconscient » et une structure pyramidale corrélatifs.

Mais avant de saisir ces problématiques au cas spécifique du cinéma, il est important de comprendre plus précisément le processus symbolique logique à l'œuvre dans les mécaniques de valorisation, déroulés dans une perspective historique.

Celle-ci peut se résumer dans la formulation suivante (que les prochaines pages vont expliciter et développer)⁴⁸⁴ :

Il y a des **forces vitales**, des efforts productifs vivants, (force de travail, force de signifiante, force sociale, libido) ;

Celles-ci produisent des **éléments** (produits, signes, sujet social, sujet, moi) ;

Leur *échange* se fait en fonction d'une **mesure** (temps de travail, signifiante, lois non-écrites de la cité, autre), qui fait apparaître des **valeurs**, expressions abstraites et universelles de ces activités et qui permettent *d'identifier* les éléments (valeur marchande, sens, les valeurs socioculturelles, âme).

Les **valeurs** *subliment* les dommages en *compensant* les forces vitales ; cependant, la **valeur** n'exprime pas le **travail concret** (**force vitale**, qualitative), mais, elle exprime le **travail abstrait** (quantitatif, **échangeable**). L'on tend dès lors à comprendre un peu la mécanique de cristallisation de l'axe vertical sur le plan horizontal.

Ces valeurs se *reflètent* dans des (ou exigent progressivement la médiation d') **équivalents généraux** (Or, parole, monarque, père), qui doivent s'enraciner dans les trois instances lacaniennes (réel, imaginaire, symbolique).

Ce choix d'équivalent préside à une **norme** socialement validée (emploi du temps de travail, logique et grammaire, Lois, morale) et chaque norme implique une **aliénation** spécifique (peine, trace, dommage, dette).

Ces normes, pour s'institutionnaliser, **contre-investissent** les forces vitales, appuyées par la représentation abstraite totale (Capital, Logos, État, Dieu). C'est ainsi qu'elles modifient la perception des sujets sur l'ordre des choses, et qu'elles apparaissent comme les seuls référentiels possibles (bien que totalement abstraits). C'est pourquoi nous sommes dans un présent abstrait et idéalisé, dont le caractère désencastré n'est que le résultat d'une illusion de transparence (de la conscience, du sens, de la valeur) qui occulte toute forme d'opposition et

⁴⁸⁴ Il s'agit là de notre interprétation des enjeux problématiques du travail d'articulation des théories critiques de Marx et de Freud, établi par Jean-Joseph Goux, in. Goux J-J, *Marx, Freud. Économie et symbolique*, op.cit.

de singularité. Et cet apparent pur plan horizontal appelle toujours une verticalité, qui est exprimée ici à travers des transcendants abstraits que Goux nomme les « équivalents généraux ».

Inversement, le principe de la théorie et de l'analyse consiste en la révélation de cette prise de pouvoir des représentations totales abstraites, de la « perte de conscience » du processus historique et logique de cette prise de pouvoir, et en la **réhabilitation de tous les éléments de ce parcours**⁴⁸⁵. Cependant, et nous sommes là sur un point essentiel, Marx se consacrait avant tout sur le procès d'échange matériel, tandis que, dans notre travail, nous sommes déjà dans une logique d'échange symbolique, un échange de signification. Ainsi, si Marx veillait avant tout à une reconnaissance des forces productives, nous insistons sur la reconnaissance des tous les éléments qui établissent la signification. Il est alors moins question de compensation, de contre-investissement dans le sens strictement marxien, qu'inscription dans un échange symbolique et de procès de signification historicisable et dont on doit faire la critique.

iv. La dialectique Valeur d'usage/ valeur d'échange comme moteur problématique du « désencastrement »

Nous aurons compris que le moteur dialectique et historique de l'évolution du procès de symbolisation trouve sa puissance dans le conflit des différences et des contradictions. Et, surtout, dans la manière dont le procès de symbolisation le prend en charge, pour le niveler, à l'aide d'un point de vue mesurant (qui est matérialisé par un équivalent). Ces « tensions », Marx en situe la source dans l'opposition valeur d'usage / valeur d'échange.

⁴⁸⁵ Nous insistons beaucoup sur le terme « réhabilitation ». Goux fait, à juste titre, une remarque sur la différence fondamentale entre la critique marxienne de la pensée occidentale et celle de Nietzsche : le second invite à une « régression », à un retour à un stade inférieur, là où Marx vise une « compréhension » totale de tous les stades ; autrement dit, Marx veut « aller plus loin », développer la réflexivité, là où Nietzsche semble vouloir retourner en-deçà.

Au niveau de notre étude, nous nous positionons de la même manière. Nous avons déjà critiqué – et nous le referons encore dans quelques pages – le discours des salles art&essai et des critiques qui défendent une conception surannée du cinéma et de la mise en scène du spectacle cinématographique. Il ne s'agit pas de maintenir un état des lieux, mais, au contraire, de saisir tous les composantes de la médiation cinématographique de l'expérience en vue d'en faire des « expériences pleines », des « expériences compréhensives ».

Dans le même registre de la confusion entre « régression » et « compréhension / réhabilitation », nous voyons à quel point le débat portant sur la postmodernité est empoisonné et abstrait. Nous expliquerons un peu plus loin que ce que l'on nomme postmodernité est plutôt la synthèse d'un certain nombre de symptômes et ne constitue, en aucun cas, un stade possible d'échange.

La valeur d'échange est produite par les excédents de la valeur d'usage ; elle comprend l'utilité de l'objet, son coût de production et ce, à travers la comparaison avec une autre marchandise. Ce sont ces « excédents » qui règlent la circulation des substituts. Le procès d'échange n'est que le résidu des produits du travail, des sublimés identiques, c'est-à-dire des valeurs. Le superflu de la production prend alors valeur d'exemple au nom d'un équivalent général. Pour le dire autrement, ce sont les signes de richesse, de pure puissance, de positivité qui sont mis en exergue versus, la dette, la négativité.

Cette règle est opératoire pour toute forme de symbolisation et Goux permet de faire une passerelle avec la théorie psychanalytique de Freud : par exemple, la pulsion n'est rien d'autre que l'équivalence énergétique au niveau des échanges psychiques. Il s'agit donc, ici, d'insister sur la logique formelle du principe de symbolisation, pour déterminer la source de notre problématique.

Tout le problème du principe de valorisation, c'est qu'il tend à aplanir des luttes, des conflits ; chaque valeur aimante et draine vers son centre idéal l'ensemble des rapports de valeurs relatives et les occulte. Il réduit la confrontation au pur plan d'horizontalité. Chaque stade d'échange, chaque stade de développement du symbolique occulte des valeurs relatives au profit d'une valeur abstraite. Chaque stade se caractérise par un arrêt sur un plan d'horizontalité qui comprend (mais occulte) la verticalité (et les horizontalités précédentes).

Nous allons, dès lors, refaire le parcours initié dans la première partie, et comprendre les mécanismes d'investissements et de valorisation propre à chaque période. Ce faisant, nous insisterons sur les contre-investissements à l'œuvre à chaque période – contre-investissements qui conduisent au processus de symbolisation.

Dans notre parcours théorique, nous ne reprenons évidemment ni l'ensemble des théories de Marx, ni de Freud, ni même de Jean-Joseph Goux. Il ne s'agit pas d'avoir une démarche absolument inductive, où nous forcerions l'objet de notre problématique à s'inscrire dans les propositions que nous venons de voir. Au contraire, c'est en fonction des remarques développées tout au long de ce travail que nous avons décidé de mobiliser l'articulation proposée par Goux : elle nous permet, d'une part, de comprendre plus sereinement les problématiques actuelles ; d'autre part, elle va nous permettre de proposer des alternatives logiques sans dénier l'état des lieux.

En ce sens, il nous a semblé important de pointer deux angles problématiques qui apparaissent comme complémentaires et explicatifs des problématiques actuelles : la modification de la

matière et la modification de la perception, l'effacement de l'axe vertical, c'est-à-dire de l'historicité.

D'une part, il s'agit d'insister sur la dynamique de symbolisation qui tend à être de plus en plus hautement symbolique au fil de l'identification du cinéma (et de l'art) comme participant d'un régime de signification arbitraire et historiquement déterminé, inscrit dans un certain « partage du sensible ».

En effet, dans un passage d'une forme de valeur à une forme supérieure, plus « abstraite » de valeur – en ceci qu'elle ne prend sens que dans un système donné -, il y a un mouvement de sublimation. Ainsi, le progrès dans l'arbitraire du moyen d'échange (qu'il soit marchand ou signifiant) tend à rendre la matière différente, voire tend à un devenir-indifférent de la matière. La matière, l'objet, la marchandise, l'œuvre sont moins perçus dans leurs matérialités, dans leurs valeurs d'usages, qu'à travers le prisme d'atomes de valeurs idéales. C'est, par ailleurs, cette situation est le point de départ du travail de Lucien Karpik sur l'économie des singularités.

La valeur, la signification n'apparaissent dès lors qu'être le produit de spéculations sans fins, de rapports de force entre sujets négociants. C'est précisément ce que défendent les théoriciens de la réception – souvent inspirés de la pragmatique - et ce que formalise Lucien Karpik (son livre n'est finalement rien d'autre que l'exergue de différentes stratégies de négociations de la valeur et de la signification sur un plan purement horizontal, avec ses jeux de reconnaissance implicites).

Il ne s'agit pas de critiquer ces auteurs, au nom de ce que nous venons de dire. Parce qu'ils expriment aussi quelque chose de vrai et de concret : cependant, le problème de leurs théories consiste en l'oubli de l'autre dimension de l'échange, en l'oubli de la verticalité. Ainsi, les théories de la réception, le travail de Lucien Karpik, la pragmatique, pensent avec beaucoup d'intelligence les problématiques propres à l'axe horizontal ; mais cela n'explique pas l'ensemble des éléments en jeu.

C'est pourquoi nous mobilisons également des théories dialectiques, et notamment Benjamin. Ces approches permettent d'intégrer les travaux « horizontaux » - sans les heurter – dans une problématique plus large. C'est ainsi que nous comprenons que la logique de l'échange s'accomplit par un devenir-indifférent de la matière – puisque sa signification est relative à un « partage du sensible » donné - et donc de comprendre un peu mieux « l'évidence » avec laquelle l'on parle désormais de capital immatériel ; cela permet aussi de comprendre l'évidence avec laquelle l'on accepte la « dématérialisation » des œuvres et des

films. Cette question de la dématérialisation des œuvres a déjà été posée par Benjamin en son temps. Cette modification de la matière est corrélative d'une modification de la perception ; ce qui explique pourquoi Benjamin fait un retour à *l'aisthesis* dans son approche problématique de l'esthétique. Il s'agit moins pour lui de défendre une phénoménologie de conscience toute puissance (qu'il a déjà critiqué dans sa thèse de doctorat) que de revenir à la base même de toute expérience esthétique. Problématique pragmatique et symbolique se rejoignent dans l'expérience esthétique. Et, loin d'être univoque à ce sujet, Walter Benjamin voyait deux perspectives possibles de développement du rapport à la culture suite aux bouleversements liés à la reproductibilité technique (et donc à la perte d'aura). Nous nous situons dans la reprise de cette question, et nous remarquons que les deux perspectives esquissées par Benjamin coexistent aujourd'hui ; c'est ce que nous avons pointé dans la grande différence entre les films diffusés sur un support autre que la salle et le néocinéma⁴⁸⁶ : le premier dénie la matière tandis que le second cherche ce qui constitue la matérialité (de l'œuvre, de l'expérience).

Là où les théoriciens horizontaux montrent du conflit, nous devons chercher les forces qui sont contre-investies. Il y a dès lors, notamment, une grande importance à accorder :

- au dispositif et support de l'œuvre (dont on peut avoir l'intuition en lisant les propos d'Austin sur les cadres pragmatiques du performatif⁴⁸⁷) ;
- à la force productive à l'œuvre dans le film (dont on peut avoir l'intuition en lisant les théories de sémio-pragmatique de Roger Odin⁴⁸⁸) ;
- à la force productive à l'œuvre dans l'interprétation (dont on peut avoir l'intuition à partir de la notion de « tactique » chez De Certeau qui a, depuis, inspiré nombre de théories de la réception, dont Laurent Jullier⁴⁸⁹ et, de manière plus radicale, Janet Staiger⁴⁹⁰).

D'autre part, le problème consiste à faire la critique de cet « arbitraire » du signe, de reconnaître son appartenance dans un « partage du sensible » qui est construit au fil

⁴⁸⁶ cf fin de la partie I, l'ensemble du chapitre « C. Les esthétiques du virtuel et leurs incidences possibles sur l'esthétique du cinéma », p.229, et tout particulièrement « ii. Une incidence sur l'esthétique cinématographique : la mise en exergue de l'importance de la dimension hétérotopique de la salle dans la relation signifiante » p.245

⁴⁸⁷ Austin J.L., *Quand dire, c'est faire*, Seuil, Paris, 1970

⁴⁸⁸ Odin R., *De la fiction*, De Boeck, Bruxelles, 2000

⁴⁸⁹ Jullier L., *Qu'est-ce qu'un bon film ?*, La Dispute, Paris ; Jullier L. & Leveratto J-M., *Cinéphiles et cinéphilies*, Paris, Armand Colin, 2010

⁴⁹⁰ Staiger J., *Perverse spectators : The practices of Film Reception*, New York University Press, New York, 2000

d'oppositions, de rapports dialectiques. Or, il apparaît qu'il y a un effacement de l'histoire, un effacement de ces oppositions, un effacement de la genèse des significations et des valeurs. En effet, la mécanique occultation de la matière / renforcement de l'idéalisation conduit à une chaîne de signification qui méprise l'enracinement matériel, oublie également le processus historique et logique de ses effectuations, oublie le lien fondamental qu'elle a avec la matière. Ce qui conduit, au moins dans un premier temps, à l'effacement de l'histoire (et de la production), déjà critiqué par Marx et Benjamin (effacement des traces de production en art, chose particulièrement manifeste en audiovisuel ; problématisation du cinéma comme signe-trace). L'on pourrait même, dans un jeu d'objectivation imaginaire plus contemporain, prendre le terme informatique d'effacement « d'historique ».

C'est précisément cet effacement qui isole historiquement le sujet, le place de manière radicale sur un pur plan horizontal (qui ne doit pas être pensé comme le seul plan de l'immanence). Toute l'identité, la singularité du sujet semble se déployer à travers sa puissance affirmative, consciente ; dans une tectonique moralisatrice (puisqu'elle semble – même si ce n'est pas le cas – enjoindre la « totalité » du sujet). Or, le profond rapport de force est vertical, entre le conscient et l'inconscient, entre l'investissement et les contre investissements.

L'on fait l'impasse sur cette dimension verticale, à la fois dans les usages, dans les offres, dans les théories cinématographiques. Par exemple, l'on ne se pose plus la question du film comme ensemble d'indices, mais comme chaîne syntagmatique, comme pure construction sociale ; ou bien, lorsqu'on le fait, on néglige le rapport symbolique entre le film et son spectateur, pour spéculer sans fin sur le rêve d'un feed-back absolu où le film pourrait montrer ses conditions d'illusion d'optique sans en faire.

Seul Cavell nous semble avoir actuellement un parcours théorique absolument déterminant. Ses problématiques se placent, de prime abord, sur la difficulté de penser sur un plan purement horizontal ; de fait, en essayant de rechercher une spécificité américaine, il perçoit au début une sorte d'absence, de vide, comblé par l'héritage européen. La « condition sceptique » apparaît alors comme une dialectique matière / esprit mal digérée et qui ne prend sens qu'inscrite dans une problématique de l'héritage. L'héritage est « expérimenté » par le sujet-spectateur face au film (qui délègue un monde et une responsabilité), est « expérimenté » par un film vis-à-vis de son « genre » d'appartenance et plus généralement vis-à-vis des conditions d'expression du cinéma. Il s'agit moins de reproduire des règles issues d'une transcendance abstraite, que de reproduire le parcours du procès de symbolisation. Et toute l'expérience de spectateur qu'a Cavell prend sens dès lors qu'il refait

le parcours du procès de symbolisation filmique. Et, du reste, ce qui semble le perturber dans les usages contemporains (depuis les années 1970 aux Etats-Unis) est précisément l'effacement de toutes les strates de ce procès, au profit de séances de plus en plus abstraites où les rapports de force ont changé et où, au final, le spectateur partage moins des problématiques similaires au film qu'il ne lutte contre le film, qu'il prend l'ascendant sur lui. Ce faisant, il sépare de manière inéluctable le monde projeté du monde d'existence.

B. Historique de l'évolution de l'idéalisation et les logiques de médiations culturelles correspondantes.

Cette logique du procès de symbolisation, dont nous avons déjà fait le parcours au niveau des échanges signifiants, psychiques et marchands, implique des modes de production historiques, correspondant à une modalité d'échange, mais aussi des formes de médiation de la culture particulières et circonstanciables. Nous avons déjà fait ce parcours dans la partie 1, et il est important d'en redessiner les traits sous l'aune de la critique de l'économie politique de la médiation.

Il s'agit de rendre compte de l'idéalisation progressive – et des diverses formes aliénantes correspondantes – de la question de la médiation. À travers ce parcours, nous retrouverons des points importants de la médiation qui ont été progressivement occultés. Dans une praxis, il s'agit non pas de dénier l'ensemble de ce parcours, ni de régresser à un stade antérieur, mais de l'intégrer en rendant compte de la logique de réification. C'est alors qu'il y a « éveil » du spectateur : une valeur, une unité signifiante n'absorbe pas l'ensemble d'un problème, mais l'exprime en faisant l'économie d'oppositions ; le spectateur saisit alors les lieux critiques, les lieux de conflit et de résolution (constitution d'un corps signifiant ou un corps de valeur qui répond et assimile) du conflit.

i. Platon et la formulation d'équivalents universels

La théorie critique de Platon est l'objectivation du contexte symbolique de la Grèce. Ainsi, notre lecture de Platon (ici, fortement inspirée de celle de Jean-Joseph Goux⁴⁹¹) a pour but, ici, d'explicitier les problèmes fondamentaux de la médiation culturelle liés au mode de symbolisation. En effet, le contexte grec désigne la *synchronisation* d'un ensemble d'équivalents universels, et la pensée dialectique, ainsi que la prise en compte de mécaniques d'opposition sont déjà des problématiques engagées. Autrement dit, le premier paradigme de la médiation culturelle – où l'on fait converger les faits politique, religieux et culturel au sein des représentations – s'enracine dans ce que Marx voyait déjà comme la troisième phase de développement de la valorisation.

Platon traduit ainsi, dans ses mots, l'opposition entre la pluralité des formes relatives et une forme conceptuelle considérée comme forme équivalent général (Matière versus Idée). Cette pensée s'enracine dans la logique même de symbolisation, logique qui seule permet les échanges sociaux. C'est dire l'importance qu'il y a à circonstancier la logique de médiation culturelle d'alors à l'aune de ce constat. La participation de l'ensemble de la Cité aux représentations, ainsi que le caractère *synthétique* des *faits sociaux totaux* inscrits dans ces représentations (regroupement de l'ensemble des acteurs de la sociabilité dans un espace donné, à un moment donné et qui offre l'unité de la Cité et de la temporalité sociale, mais également prétention des représentations d'exprimer les problématiques universelles), illustrent bien le caractère de fait social total des symbolisations, ainsi que des représentations culturelles. Cette « totalisation », où d'ailleurs la Cité – en tant qu'espace politique - se démarque très nettement de la Nature , est un microcosme sublunaire qui nécessite et rend compte de l'aliénation du sujet à la Cité (dont le sujet a besoin).

Tout le problème politique de Platon consiste à canaliser et à hiérarchiser les forces des sujets de la Cité ; ce qui implique aussi de circonscrire les débordements liés aux affects. Autrement dit, l'exigence politique implique un point de vue situé dans l'ordre symbolique, implique un nivellement ; les sujets doivent être au plus proche de la pureté des concepts. Cependant, très pragmatiquement, Platon constate que les sujets ne sont pas seulement des donnés symboliques, mais également des êtres de chair, de sang, et « d'humeurs » : ainsi sont-ils confrontés aux problèmes liés au *thumos*, à l'opinion, etc. Ces points problématiques sont, dans notre lecture, les expressions symptomatiques de la difficulté qu'ont les sujets à comprendre les processus de symbolisation et les organisations sociales correspondantes.

⁴⁹¹ Nous reprenons ici beaucoup de points traités par Jean-Joseph Goux in. Goux J-J, *Freud, Marx...*, op.cit.

Inversement, Platon vise à les étalonner, sans en comprendre la logique (« matérielles ») : il en ressort une conception très particulière du statut de l'Art.

En effet, la médiation culturelle, chez Platon, vise une canalisation des affects en vue d'une compréhension collective du monde. Mais elle est moins étape de connaissance et de compréhension qu'une forme d'exutoire à circonscrire ; l'on participe de la sociabilité comme l'on participe des cultes dionysiaques par exemple, mais le culte dionysiaques a une dimension ludique que n'a pas la sociabilité (et à laquelle il ne faut pas restreindre la sociabilité). Ce faisant, Platon met déjà une barrière entre le moteur de l'expression/interprétation de l'art et son inscription dans l'ordre symbolique. D'où sa critique de la *mimésis*, qui concerne aussi bien le caractère faussement imitatif de la représentation que la puissance expressive et affirmative du discours artistique qui semble analogue au discours de tout être non pleinement inscrit dans l'ordre symbolique et politique. Et d'où, inversement, sa défense de l'art poétique, qui est manifestement l'art le plus abstrait et le plus inscrit dans l'ordre symbolique et qui, ainsi, offre une première intuition, une préparation à la raison (mais il y a déjà ici un pas dans un ordre symbolique abstrait).

Il n'en pose pas moins des questions qui sont, aujourd'hui encore, essentielles. Notamment la question du rapport entre esthétique et politique : le problème consisterait en ce qu'il y a une analogie formelle entre problématique esthétique et problématique politique. En d'autres termes, la crainte de Platon consiste en une tendance à séparer l'esthétique (le signifiant) de l'idée (le signifié), car, dans cette séparation se glisserait des interprétations biaisées, des réductions du signifié aux logiques du signifiant. Autrement dit, dans des mots plus proches de Benjamin, nous voyons ici une sorte de crainte de l'esthétisation du politique. Mais il ne voit aucunement la possibilité d'une politisation de l'esthétique. Autrement dit, il craint que la pensée politique reste au stade de pensée que l'art semble révéler comme symptôme – et dont on trouve des exemples à travers les problèmes liés à l'opinion –, et il conçoit assez difficilement un lien possible entre l'Art et l'ordre symbolique dominant (tout au plus accorde-t-il un dialogue entre *épistémè* et *techné*, mais, ici il s'agirait d'art au sens purement artisanal, au sens de matérialisation d'une idée).

Il y a tout de même un paradoxe chez Platon : il critique le corps homérique en ceci qu'il est absolument exemplaire, c'est-à-dire corps équivalent. Contesté-t-il la possibilité de l'Art à exprimer ce qui, par ailleurs dans l'ordre symbolique est acquis, à savoir, la possibilité même de représenter des exemples ? C'est que le problème de Platon est celui du corps, de sa représentation et de son incapacité à entrer pleinement dans l'ordre des idées: il apparaît, en

effet, que le corps est le réel du sujet, sa matière, ce qui, par définition, n'est pas négociable mais déjà là.

Platon vise une médiation culturelle qui permette d'avoir l'intuition de la nécessité de l'accord commun autour d'équivalents généraux. Et l'accord implique une identité, une stabilisation ne serait-ce que temporaire. Et c'est à ce titre qu'il craint réellement ce que Derrida (et nous à sa suite) nomme le *pharmakon*. Le *pharmakon*, nous l'avons dit, est aussi bien remède que poison ; et s'il conçoit l'écriture comme *pharmakon*, c'est qu'il craint les dérives interprétatives du texte. La question glisse de l'objet à la relation d'objet. Mais, bien que Platon ne le conçoive peut-être pas il y a toujours négociation dans un échange signifiant (bien que les stratégies énonciatives de Socrate semblent pourtant rendre compte d'une sensibilité aigüe des négociations et des manipulations dans l'échange verbal). Le rapport de force n'est plus visible, n'est plus actualisé, et l'esprit tend à s'endormir, à croire que le donné est acquis : en effet, il ne perçoit plus, dans le même mouvement que celui de ses idées, le processus de production d'une pensée et d'un discours. C'est dire si Platon perçoit, malgré ses critiques, la problématique de la « matérialité » d'un discours. Mais, au lieu de l'intégrer dans un processus compréhensif, il rejette le symptôme, espérant rejeter le mal avec. La leçon que nous devons, quant à nous, retenir de sa réflexion, c'est évidemment le problème de la nécessité d'une médiation lorsque l'on passe sur un nouveau plan du symbolique (et sur un nouveau dispositif de relation symbolique).

L'art (et les opinions) présente(nt) les symptômes d'un décentrement sur le symbolique mal compris – mal « digéré » pourrions nous dire. L'art peut viser un rapport problématique à l'idéal, mais le régime d'opinion qui valorise l'art se consacre aux caractères illusoire des représentations. L'opinion, chez Platon, est un moment d'arrêt dans la pensée ; de même, la *théâtrocratie* est un moment d'arrêt dans la détermination des conditions de sociabilité. Or, en fait, c'est précisément le *thumos* qui est le moteur, la force d'action, de production et de pensée.

ii. Kant et la dynamique de sublimation⁴⁹²

⁴⁹² Jean-Joseph Goux proposait, dans la logique de sublimation, une analyse des réflexions de Berkeley, et, plus précisément, sur la manière dont ce dernier pensent les rapports marchands et bancaires. Nous ne discutons absolument pas cette proposition. Nous préférons cependant Kant parce que les réflexions de ce dernier sur les relations esthétiques sont nettement plus proches de nos préoccupations.

Kant inscrit sa pensée dans une période différente, au stade 4 du procès de symbolisation. Sa pensée l'objective et en prend racine d'une manière qui est particulièrement éclairante pour nous. En effet, les temps modernes sont marqués par une laïcisation des États, et consolident l'articulation de la culture et du politique au détriment du fait religieux. La culture exprime alors la souveraineté de celui qui la met en œuvre et, dans le même mouvement, la sociabilité engendrée par la médiation culturelle est déterminée par l'exercice politique d'un pouvoir

Déjà apparaît le sentiment de *sublime*, sentiment particulier, impossible encore chez les Grecs (encore trop soumis à « l'ordre naturel » et à ses dangers), et qui montre à quel point l'ordre symbolique, la culture sont séparés respectivement des matérialités et de la Nature. Là où les premiers cherchaient peut-être à constituer des normes, une continuité totale, Kant détermine avant tout les limites : limites de l'activité rationnelle, limite du jugement moral... Et le sublime, par définition, est ce que nous pourrions appeler vulgairement une « expérience limite » : elle se situe aux frontières du pensable. De cette séparation radicale, l'on rejette sur la Nature les problématiques de contingences, de dispersion, et l'on tente de penser un développement de la Raison qui permette d'envisager un ordre social et culturel aussi fluide et efficace que l'ordre symbolique du langage et de la pensée.

Ce développement ne peut pas être direct et immédiat ; il nécessite la médiation de l'imaginaire. C'est pourquoi, dans un geste décisif, Kant rédige sa troisième critique à la fin de sa vie. Il n'y a pas une simple confrontation entre la Nature (le réel) et la culture (le symbolique), mais une négociation à trois termes, par le truchement de l'imaginaire. C'est à travers l'expérience esthétique que l'on peut avoir l'intuition de la logique symbolique de la Morale. Il s'agit, dès lors d'envisager une dialectique entre réalité, représentation et transcendance. Si, chez Platon, l'imaginaire, la perception, sont illusoire de par leur immédiateté, chez Kant, il s'agit de les inscrire dans une pratique de médiation symbolique.

Contrairement à ce que l'on pense souvent, le schéma de pensée de Kant est loin d'être inductif. Cette confusion est le fruit d'un raccourci de pensée dû au travail de catégorie et de taxonomie de Kant. Ce qui prime néanmoins chez lui, c'est non pas la stabilité des catégories (qui, avec le temps, sont nécessairement contestables), mais le mouvement de la procédure, de la logique de pensée. N'oublions pas que si Kant écrit de manière si rigoureuse, c'est parce qu'il porte une attention soutenue à la *libido sciendi* de l'esprit, au désir de savoir et de pouvoir, qui conduit souvent à l'illusion métaphysique. Et si Cavell critique, à juste titre, les catégories de Kant, il n'en demeure pas moins qu'on peut trouver une conception commune

entre ces deux auteurs à propos de l'intuition de la morale à travers l'expérience esthétique : c'est que la signification, la morale sont moins des Idées que l'on doit induire dans les actes qu'au contraire, des concepts que l'on déduit par la médiation d'un accord commun. Et l'intuition offerte dans l'expérience esthétique induit une réflexivité qui est, par ailleurs, nécessaire dans toute activité sociale. C'est, par ailleurs, ainsi que Kant évite de relier trop directement esthétique et politique ; ne l'oublions pas, la médiation culturelle était alors pleinement soumise aux pouvoirs.

C'est précisément la condition de sujet inscrit dans une historicité qui impose cela. Certes, Kant n'est pas Hegel ni Marx, mais sa pensée est inscrite dans une période de profonds bouleversements historiques qui le conduit, justement, à rechercher des unités (sociales, esthétiques, morales) derrière les révolutions, les relativités et les contingences.

Toute entente et tout jugement doivent s'appliquer selon une procédure qui ferait l'économie des errements « matériels » - d'où, par exemple, la différence qu'il pointe entre « sentiment » et « sympathie » - et des tentations métaphysiques - d'où l'insistance avec laquelle il rappelle que le jugement de goût est à la fois subjectif et objectif⁴⁹³. Il s'agit de déterminer en commun, une Idée, sans la médiation d'un concept préconstruit (c'est là une différence fondamentale et l'art et l'artisanat). Ceci s'opère au sein de l'Espace public, qui est un espace intersubjectif de libre discussion non médiée par une règle. Et c'est peut-être cette absence de règle qui permettrait de concevoir le génie artistique qui n'est rien d'autre que la propriété qu'a un artiste d'objectiver des problématiques symboliques encore implicites.

Si nous avons pointé précédemment un lien problématique entre Kant et Cavell, il ne faut cependant pas confondre ces deux auteurs. Certes, à leur manière, ils posent comme objet problématique le sens commun, la « communauté » ; cependant, pour Cavell, il y a une réflexion à faire antérieure à celle de Kant, à savoir comprendre notre rapport problématique au langage. En effet, chez Kant, la langue est un outil de relation là où Cavell cerne déjà la problématique spécifique à ce qu'il nomme « la condition sceptique ». Autrement dit, Cavell pointe un rapport conflictuel au langage qui apparaît comme « désencastré » (c'est, du reste, le tournant linguistique de Saussure qui conduit à cette conception du langage comme système arbitraire, dont la connexion avec la réalité est bien plus complexe qu'on ne l'envisageais avant) et conduit le sujet dans une distanciation qui est perçue comme un « isolement total », dans une situation où l'expressivité même apparaît comme problématique,

⁴⁹³ Et, dans un renversement matérialiste, nous pouvons pointer ici que ce qui empêche précisément toute spéculation métaphysique dans le jugement de goût est précisément le caractère subjectif.

ce que ne dit pas Kant. C'est que Cavell pense à partir à partir des productions générées par des *mass media*, ce que ne pouvait absolument pas envisager Kant...

De même, si sa visée politique universaliste s'applique dans une logique non pas révolutionnaire mais réformiste, cela implique des sujets déjà capables d'une haute réflexivité. Et un des grands problèmes que pointe Marx, au sujet de la condition prolétaire, et Cavell, au sujet de la « condition sceptique », est la grande différence entre existence et conscience, l'impact du « toujours déjà » des décisions et actions quotidiennes ; et si cette nuance n'est pas pointée, l'on tend justement à consacrer une distance spéculative au monde (lorsqu'on en a l'occasion) ou à s'aliéner dans une logique de répétition (c'est-à-dire d'aliénation).

iii. Walter Benjamin

Comme nous l'avons déjà indiqué dans la première partie, Benjamin déplace la problématique de l'Art, de sa diffusion et de sa perception en intégrant précisément la question du matérialisme historique dans l'expérience esthétique. Contrairement à ses prédécesseurs, il n'est pas dans le déni des oppositions propres au symbolique, mais, au contraire, dans une approche compréhensive, une approche englobante, qui interroge très directement le problème de la transmission culturelle⁴⁹⁴.

Et la question de la posture du corps, la différence entre existence et conscience, sont explicitement intégrées dans les problématiques esthétiques chez Benjamin, et la passerelle entre esthétique et politique apparaît plus évidente (tout en restant critique). C'est, nous semble-t-il, qu'il y a un véritable bond, dans la pensée de l'Histoire, entre Kant et Marx. Pour ce dernier, la condition historique du sujet ne se résume pas à son historicité; il faut, par dessus tout, saisir le *contexte historique*. Autrement dit, inscrire le sujet dans l'Histoire, c'est saisir dans quel champ historique déterminé ses activités et pensées appartiennent. Il y a donc des idéologies spécifiques et déterminables qui affectent les actes et pensées de tout acteur, et l'émancipation du sujet n'est pas tant un refus d'idéologie que la détermination de l'idéologie des actes que l'on vise. C'est cette prise de conscience, et la recherche de possibilités de parcours singuliers et émancipés de l'idéologie dominante qui fonde ce que l'on nomme la *praxis* (il n'en demeure pas moins que toute action est inscrite dans une idéologie, et le

⁴⁹⁴ C'est à ce titre que l'on trouvera des prolongements possibles des travaux de Benjamin dans l'œuvre de Stanley Cavell, bien qu'ils n'exploitent absolument pas les mêmes références théoriques.

parcours complexe de Benjamin exprime une recherche d'idéologie qui prenne en compte des éléments du passé – d'où la nostalgie Benjaminienne -, mais aussi des possibilités présentes – d'où ses attentions sur la modernisation et la modernité. L'idéologie de Benjamin n'est pas clairement manifestée dans un texte, mais se trace, en sibyllin, à travers ses parcours théoriques, ses analyses critiques. En quelques sortes, elle est déduite, et elle n'est pas inductive).

Et Benjamin, à sa manière, interroge le contexte historique et ses affections sur la perception et les pensées des sujets modernes.

En effet, le rêve kantien n'est pas advenu. La Raison a moins conduit à l'universalisme qu'à une forme particulière de transcendance et d'aliénation : le Capital, par lequel l'Homme est aliéné presque explicitement par l'Homme. Les thèses romantiques allemandes ont « désencastré » celles de Kant, en n'en retenant qu'un subjectivisme total. C'est précisément là la critique de Benjamin, dans sa thèse, autour du concept de *médium* dont les Romantiques en faisaient la caractéristique de la subjectivité : ils ont ainsi séparé la subjectivité de la réalité, de l'espace de sociabilité, pour en faire un système absolument fermé, clôt sur lui-même – là où Kant insistait sur des procédures dans la finalité est l'entente commune entre les subjectivités. Et Benjamin de décentrer le sujet, en décentrant ce concept : le médium de réflexion est précisément l'espace public et le sujet est un acteur de sociabilité. Les Romantiques allemands ont définitivement « embourgeoisé » la philosophie de Kant qui, par ailleurs, est implicitement critiquée pour cela aujourd'hui encore⁴⁹⁵.

La violence implicite du système de l'échange (Marx) et celle du système de symbolisation et de langage (Freud) ont déjà été pointées, et sont connues de Benjamin. Autrement dit, des problématiques, qui existaient déjà à l'époque de Kant, sont désormais objectivées et on ne peut plus en faire l'économie. On le peut d'autant moins que la logique de médiation culturelle, elle-même, en trouve ses déterminations : en effet, cette troisième période est celle de l'émergence d'un marché de la culture, qui exprime les articulations entre

⁴⁹⁵ Les chercheurs en cinéma que nous avons inscrits dans « l'école de Metz » analysent souvent de manière critique les systèmes de jugement institutionnalisés et les catégorisent sous l'appellation de « système kantien ». Ils caractérisent ainsi des approches moralistes et abstraites versus le jugement de goût commun et concret. Il s'agit, au fond, d'une lecture en surface de Kant, contingente par la strate interprétative du romantisme dix-neuviémiste.

C'est le mésusage de Kant que nous critiquons ici. Parce que, à la décharge de ces auteurs, nous nous accordons à dire que le système de jugement institutionnalisé reste profondément dix-neuviémiste (notamment dans la manière de définir le cinéma comme art, ainsi que la manière de définir la notion « d'auteur ») et que cela est problématique.

l'économie, le social et le politique. Parce que la culture devient une activité économique, un certain nombre de phénomènes apparaissent : émergence du vedettariat, ambitions artistiques structurées par le marché, etc⁴⁹⁶.

Aussi, « dans le passage du fétiche au symbole et du symbole au signe c'est la transcendance qui peu à peu se charge des valeurs »⁴⁹⁷. Nous sommes peut-être à une nouvelle époque où l'œuvre n'est plus symbole, mais signe de quelque chose. Et le fruit de sa réflexion sur la nature des *média* n'est rien d'autre que le constat d'un « désencastrement » presque total des procès de symbolisation : perçu par Benjamin dans l'ordre de la langue, ce constat est ensuite étendu à tous les systèmes culturels. À ce stade, l'art peut se « dématérialiser », c'est-à-dire être réduit à un discours dont les manifestations auraient une faible incidence. Et, le problème de ce « désencastrement », c'est l'effacement de l'Histoire (des Hommes) que l'on retrouve dans l'effacement des signes de production (et de la matérialité des œuvres).

C'est pourquoi Benjamin pose deux éléments qu'il faut saisir ensemble : d'une part, un retour de *l'aisthesis* dans les réflexions esthétiques ; d'autre part, la question de la mise en exergue (ou l'occultation) des processus de production signifiante. Ce n'est que l'articulation d'une esthétique pleine (qui comprend sa dimension matérielle et une réflexivité) avec une reconnaissance de l'objet (qui comprend son discours, mais également son statut matériel et sa position spatiale et temporelle dans l'espace public culturel) qui permet une politisation de l'esthétique, offrant une relative compréhension de l'ordre politique et de l'échange social. Lorsqu'il évoque les problèmes perceptifs du sujet moderne, Benjamin tend à montrer à quel point le jugement esthétique est un *fait social total*, c'est-à-dire qu'il n'est pas autonome par rapports à tous les autres jugements (sa pratique n'est pas totalement distincte de toute autre pratique, mais participe d'un même régime symbolique), mais, au contraire, qu'il n'en est qu'une facette, une expression. Le sentiment de toute puissance dans le jugement de goût n'est rien d'autre que le signe d'une aliénation totale ; c'est croire que l'on est *Médium, individu*, sujet totalement séparé et autonome, purement rationnel, alors que nous sommes des sujets de sociabilité, dont le point de vue prend place dans un contexte social et historique précis. Il faut, au contraire, revenir à une réflexion sur les conditions perceptives, les conditions d'échanges signifiants avant d'éventuellement spéculer sur le sens et sur l'ordre politique. C'est en comprenant notre inscription dans un contexte politique, économique et signifiant particulier que l'on peut comprendre notre singularité et s'émanciper ; inversement, postuler d'une liberté totale – que l'on exprime notamment par l'illusion d'une toute

⁴⁹⁶ Lamizet B., *La médiation culturelle*, op.cit.

⁴⁹⁷ Goux J-J., *Marx, Freud...*, op.cit., p.97

puissance de son jugement de goût – est une illusion et un déni du contexte dans lequel l'on se positionne.

C'est, au fond, cette question que pose Benjamin dans son célèbre article *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Il s'agit de reconnaître l'importance du caractère signifiant de l'œuvre – dans son exposition et dans matérialité -, ainsi que la signification au travail dans la relation tissée avec le spectateur. C'est là une grande différence avec Kant, qui ne pense que la relation d'individualités, la relation d'expression de sujets sublimés, là où Benjamin – inspiré par Marx – pense le travail, et qu'il pose donc immédiatement des questions propres au collectif. À la critique esthétique de Kant, il faut alors adjoindre la question de *l'aisthésis* et la question de l'ironie formelle (le « lever de rideau » et l'importance du contexte d'expérience, son impossible reproductibilité par-delà les possibilités de reproduction technique des objets d'art) : c'est que le problème du sujet consiste en son décentrement par rapport à un ordre symbolique lui-même décentré. Après Benjamin, c'est faire la pire induction que de postuler un épanouissement du sujet dans un ordre désencastré.

iv. Cavell, Jameson

La dernière période, qui débute dans les années 1930 et dans l'Après-Guerre, est précisément celle de la reconnaissance de l'importance publique et sociale du fait culturel. Ce dernier apparaît comme source d'expression et de représentation pour l'idéal politique à construire⁴⁹⁸. Il faut, en même temps, souligner le développement considérable du marché de la culture, notamment par une augmentation du temps consacré aux loisirs, mais aussi par la conscience politique de l'importance stratégique de la culture. À ce titre, les accords Blum-Byrnes, en mai 1946, sont particulièrement éclairants : un prêt exceptionnel est accordé à l'État français par les Etats-Unis avec, comme contrepartie, une levée immédiate de l'interdiction de diffusion de films américains et un quota de diffusion de films qui mettent l'industrie américaine dans une situation plus favorable qu'elle ne l'était avant guerre. Parce que cette stratégie allait mettre à mal l'industrie cinématographique française, l'État constitue le CNC quelques mois après.

⁴⁹⁸ Lamizet B., op.cit.

Le développement est alors ambigu. Si, sur le plan politique, nous pourrions espérer une réflexivité permettant une approche « pleine » de la culture et de l'esthétique, il s'opère finalement un renforcement de la logique d'abstraction du procès de symbolisation, qui conduit à l'échange culturel mondialisé.

Pour ce qui est de la logique politique de médiation culturelle, nous avons eu l'occasion de voir à quel point elle ne prend pas en compte la nécessaire dimension réflexive. C'est moins le rapport du sujet à l'œuvre qui est pensé, que l'œuvre elle-même qui est « sacralisée », valorisée comme expression de « génie ». Cela a conduit à une situation où les uns les autres – les exploitants et le public, l'institution et les exploitants « indépendants » - se regardaient comme des chiens de faïence⁴⁹⁹. Comme si, quelque part, l'on concevait l'art dans le rapport perçu par Kant, sans interroger son aspect tripartite social / œuvre / sujet. Pendant quelques décennies – c'est-à-dire des années 1950 jusqu'à au moins les années 1990, pour ne pas dire jusqu'aux années 2000 -, le rapport n'a pas été analysé sous l'angle dialectique, mais purement binaire⁵⁰⁰. L'Art est moins clairement défini que les usages sont valorisés comme « négations de la négation », la négation étant la culture telle que valorisée par le marché ; cela aboutit à l'ambivalence de l' « exception culturelle » soutenue au GATT, bientôt remplacée par la « spécificité culturelle » (au sein de l'OMC qui a remplacé le GATT)... D'un côté, l'État français « dramatise » la question de la culture, de l'autre, l'OMC réduit l'économie de la culture à une économie de biens et de services en occultant la question de la médiation de l'identité.

Cette situation conduit à un rapport esthétisé à la culture, qui ne rend pas compte de sa logique politique. L'on voit alors le déploiement de projets événementiels, et autres projets qui ne sont que des expressions purement formelles de la culture ; par ailleurs, ces politiques sont souvent critiquées par les chercheurs qui insistent sur le fait que ces politiques opèrent moins sur la dimension de sociabilité que sur le renforcement de la connaissance issue de la médiation culturelle, pour le dire autrement, elles jouent moins sur l'appartenance qu'en faveur des gens cultivés. C'est pourquoi les politiques culturelles sont en conflit avec le marché : ce dernier – surtout depuis qu'il est mondialisé - maîtrise excellemment la logique formelle de la culture. Pour le dire autrement, le marché excelle à offrir des objets et des services culturels. Le problème du marché, rappelons-le – puisque c'est sur ce point que des

⁴⁹⁹ cf introduction partie I, p.59

⁵⁰⁰ À ce titre, la définition conflictuelle et inaboutie du cinéma, telle qu'on l'a perçue dans la partie 2, est éclairante ; l'on a eu le loisir de voir à quel point les définitions, les stabilisations ne se faisaient pas en relation à trois termes, mais toujours en conflit entre deux termes et souvent en opposition à ce qui semblait être une négativité.

exploitations peuvent envisager une pratique alternative - c'est qu'il résume la médiation culturelle à sa dimension commerciale et occulte la dimension politique.

Le marché ne s'établit pas sur une réflexion sur la valeur utilité, la valeur d'usage, de l'œuvre, mais sur un agrégat de valeurs, à une valeur d'échange ; ainsi, par exemple, il y a une réduction de l'œuvre à son signifié, laissant le signifiant comme contingence nécessaire, mais multiplement valorisable (commodité d'accès avec la V.O.D., plus value expérientielle avec la salle...). Dès lors, le marché tend à subvertir la logique de sociabilité propre à la médiation culturelle : le signifié de l'œuvre doit être accessible à tous et devient produit d'appel ; c'est le parcours de l'usager, la manière dont il va se définir à travers sa consommation qui devient objet valorisable. Ainsi, par exemple, la gratuité d'accès à la musique tend à renforcer l'économie de spectacle. Autrement dit, la subversion consiste en l'occultation de la question de prise de conscience et de jeu de sociabilité, au profit d'une plus grande valorisation de l'expérience in situ, un renforcement de l'importance du plan d'existence, « d'en être ». Ainsi, le marché intègre un système de jugement complexe qui s'établit sur le plan « horizontal » - c'est-à-dire sur un plan d'immédiateté, dont les valeurs principalement reconnues sont des valeurs de rapport de pouvoir, et la subjectivité reconnue au spectateur est réduite au *conatus*. C'est notamment le principe de *l'intermédiation* (et occulte les rapports de pouvoir spécifiques à ces intermédiations).

Pareille subversion du principe de publicité implique une perception purement formelle des rapports culturels, des rapports aux objets culturels et à la sociabilité. C'est pourquoi avons nous insisté sur la confusion qu'il y a souvent entre *désir* et *conatus*. Et, de fait, si l'on suit l'enquête de Frederic Martel sur la culture *Mainstream* – c'est-à-dire sur la production et l'appréciation de « contenus » normalisés qui prétendent à une appréciation universelle -, l'on voit bien à quel point les industries de contenus qui deviennent dominantes offrent à la fois des produits qui reprennent l'efficacité formelle de l'industrie américaine et s'enracinent, auprès de leurs publics plus ou moins spécifiques, dans une logique d'affirmation culturelle qui est moins visée de sociabilité qu'affirmation de puissance⁵⁰¹.

La problématique fondamentale, dans cette médiation bicéphale, est celle de la reconnaissance. Dans le libre jeu de signifiants, dans la cristallisation de plus en plus éphémère et arbitraire de l'identité, les sujets peinent à reconnaître et à faire reconnaître leur

⁵⁰¹ Cf fin de la partie II, p.568

singularité propre ; dans un même mouvement, est encore difficile de comprendre ce qui constitue une cohésion sociale, un régime de sociabilité.

C'est précisément cet aplatissement, cette réduction de l'identité à sa dimension horizontale, et l'incessante négociation (sans fin et sans finalité) des *conatus* qui conduisent à ce problème d'*aisthesis* actuel, ce problème de perceptibilité que, par ailleurs, Jameson nomme le « Postmodernisme ». Loin d'être une simple catégorie stylistique, la postmodernité est une situation logique dans on comprend mieux, à la lecture de Jean-Joseph Goux, la source (et son occultation). Le culte de l'immatériel n'est rien d'autre pourtant qu'une survivance intellectuelle et idéologique qui était encore implicite chez les Modernes et dominante auparavant (à ceci près que l'on interrogeait alors la question de la représentation – ou son interdit⁵⁰², tandis que désormais, nous ne concevons que difficilement toute forme de représentation⁵⁰³).

Difficile pour le sujet de se situer dans un plan purement horizontal. C'est pourquoi Jameson invite à établir ce qu'il appelle une « cartographie cognitive », qui est une reconnaissance des liens de sens entre les éléments, mais également de leur matérialité et de leur pesanteur historique. C'est pourquoi, d'ailleurs, le terme « cartographie » est relativement maladroit, dans le sens où il laisse à penser à un plan horizontal, qui se tiendrait face à soi ; il n'y a, cependant, pas d'autres formules pour exprimer la nécessité d'un parcours également vertical... Il s'agit de comprendre les relations signifiantes et les relations de pouvoir entre les sujets et entre les sujets et les objets : ces connexions se révèlent « dramatiques » et contraignantes sur un pur plan horizontal, mais s'émanciper – chez Benjamin – consiste à comprendre la logique historique et logique qui conduit au rapport de force et d'interprétation actuel. Comprenant la logique historique, l'on peut plus facilement se distancier des rapports de force et les négocier, jouer avec (un peu l'équivalent de l'exemple de Deleuze pour expliquer le deuxième niveau de connaissance chez Spinoza : c'est en comprenant le rythme des vagues, en éprouvant les principes d'Archimède que l'on apprend à nager, l'on négocie avec les éléments).

La « tactique » cavellienne n'est pas si loin de ces principes. En effet, les nouvelles modalités d'expérience cinématographique le perturbe en ce qu'elles ne permettent pas un rapport de reconnaissance nécessaire, n'invite pas à une réflexion sur la matérialité de l'œuvre

⁵⁰² Mondzain M-J., *image, icône, économie. Les sources byzantines de l'imaginaire contemporain*, Paris, Seuil, 2000

⁵⁰³ C'est là l'objet de nombreuses analyses de la part de Fredric Jameson, mais également – de manière plus populaire – Slavoj Žižek.

puisque, au contraire, elles placent fallacieusement) le sujet spectateur en statut de toute puissance. Comme si le spectacle cinématographique jouait une parodie de l'esthétique kantienne, une parodie de l'art tel qu'il semble être perçu au niveau continental. Cavell, au contraire, cherche la spécificité américaine, une identité propre, une logique symbolique qui, bien différemment de l'Europe, a dû, historiquement, s'établir sur un *sens commun*, une sorte d'intelligence collective, sur la nécessité de l'être-ensemble. De là, son approche de la morale qui s'apparente bien plus à une *éthique* qu'à une *taxinomie du Bien*. Il n'existe pas de règle absolue, éternelle et universelle qui normaliserait la sociabilité ; en revanche, la sociabilité est nécessaire au développement du sujet et celui-ci doit être disposé à sociabiliser, en ce qu'il interprète et reproduit les logiques de sociabilité. C'est là une problématique que pointe Cavell et il vise à intégrer, dans la compréhension et la (re)production de la sociabilité, un maximum de singularités.

L'ordre des choses, dans son ordinarité, est loin d'être absolument évident ; il ne l'est que par la force des choses, par la répétition de cet ordre. Aussi, Cavell nous invite à prendre beaucoup d'attention sur la singularité d'une chose et sur la manière dont « l'ordre des choses » nous tend à la catégoriser. Il nous invite à avoir un *regard* sur les choses ; *regard* à comprendre ici aussi bien comme vision que comme attention. Les langages, par lesquels le monde nous saisissons de manière imaginaire et symbolique, posent problèmes : il y a une séparation radicale entre le réel et le symbolique, que l'imaginaire n'arrive parfois pas à suturer. Le sujet est alors totalement isolé. L'on pourrait même dire qu'il est séparé de lui-même, de sa matérialité, de son réel. En deçà des problématiques liées au *conatus*, nous sommes inscrits dans un procès de symbolisation qui, lui-même, pose déjà problème. C'est ce que Cavell nomme le « mystère laïc » :

le « *décalage entre la profondeur à laquelle une vie d'homme demande à être exprimée et la surface des moyens ordinaires à travers lesquels cette doit être exprimée, si elle veut s'exprimer* »⁵⁰⁴.

Le parcours réflexif qu'il propose dans la *projection du monde*⁵⁰⁵ peut alors apparaître comme un exercice de relative cartographie cognitive, appliquée au film ; et, puis les problématiques esthétiques et politiques sont reliées, nous comprenons la passerelle qui se trame entre cartographie cognitive face au film et compréhension du monde. La véritable question est celle du lien, celle des conditions de l'échange ; interroger la morale, c'est problématiser les conditions de l'échange. Ainsi, par exemple, face à un film, il faut dépasser la recherche du signifié, la reconnaissance du personnage, car, finalement « *bien sûr qu'il y a le sentiment*

⁵⁰⁴ Cavell, « Suppléments à la projection du monde », in. *La projection du monde*, op.cit. p.230

⁵⁰⁵ Cavell S., *La projection du monde...*, op.cit.

d'avoir exploré un personnage. Ce personnage, c'est le nôtre»⁵⁰⁶. Travailler la reconnaissance passe par réfléchir sur les conditions expressives, c'est-à-dire sur les conditions d'échange ; d'où l'attention aiguë, tout au long de son premier livre sur le cinéma, sur les modes d'expression cinématographique.

En partant d'une problématisation du lien sociale et de la reconnaissance des identités, l'on ne peut pas se contenter de saisir les parties et faire l'impasse sur ce qui les relie. Ce qui implique une prise en considération de l'espace-temps de l'échange. Au niveau cinématographique, Cavell en voit deux : d'une part, la salle de cinéma, comme topoï de l'échange entre le spectateur et le film ; d'autre part, le film par rapport aux autres films – et notamment en rapport avec d'autres films qui appartiendraient éventuellement au même genre cinématographique que lui. Cavell permet ainsi de penser le cinéma de manière dialectique ; il permet aussi de concevoir la complexité dialectique de la médiation cinématographique de l'expérience.

La stratégie consiste à replacer les éléments dans l'ordre de la logique de la symbolisation, reconnaître et comprendre les éléments en conflits dans le développement dialectique qui a conduit à la situation actuelle. Il s'agit à la fois de reconnaître les déterminations des sujets échangistes, mais aussi les cadres de l'échange, les parts occultées et les parts manifestes, les modifications de l'objet culturel qu'est le cinéma ainsi que la modification de perception à son égard. Il convient, enfin, de comprendre la fonction de médiateur au sein de ce gigantesque réseau d'échange – c'est que nous traiterons dans le chapitre « Les procès d'échanges esthétiques et leurs déterminations » ; mais, avant cela, il convient de rejeter définitivement les a priori propres à l'idéologie postmoderne.

C. Pour en finir avec le Postmoderne

⁵⁰⁶ Nous avons donné un exemple de ce type d'interprétation, dans la partie I, où nous avons proposé une analyse personnelle du film *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982).

Nous l'aurons compris, la distinction entre moderne et postmoderne se fait, à la limite, sur un point : si le moderne est la logique culturelle corrélative à la *sécularisation*, le postmoderne est la logique culturelle corrélative au *désenclavement*.

Loin d'être dans une temporalité homogène et continue, loin de confiner l'art comme manifestation de ce temps et d'une sociabilité homogènes, la modernité a prolongé la sécularisation dans des problématiques de distanciations. L'œuvre est également caractérisée par l'espace où elle est exposée et dans un temps que assume comme le présent. C'est pourquoi la pensée moderne est animée des problématiques des normes critiques, mais également aux problématiques de l'événement.

Loin de radicaliser ces problématiques – et, surtout, loin de les surmonter – le postmoderne les dénie, se sépare totalement des problématiques politiques. Le désenclavement – qui est la séparation de l'espace public de sphère d'activité sociale ou économique qui tendent à apparaître comme autonomes (sans l'être pourtant) – considère l'absence de limite, l'absence de contraintes (spatiale et temporelle) qui tendent à occulter les problématiques de sociabilité que l'idéologie moderne, telle que vécue par les acteurs de la modernisation ; il s'agit d'une progression logique du procès de symbolisation. Autrement dit, si nous allons faire la critique de l'idéologie postmoderne, il ne s'agit pas pour autant de postuler une nécessaire régression à l'idéologie moderne antérieure ; au contraire, nous visons à dépasser les problématiques exprimées par ces deux approches.

Cette progression, du moderne au postmoderne, revêt des problématiques spécifiques qu'il s'agit très précisément de pointer. Et il apparaît que nombre de remarques disséminées dans les réflexions de Jameson ne sont rien d'autres que des analyses des symptômes corrélatifs aux difficultés d'accéder à cette logique et de la comprendre. Un proverbe indien dit : « décrire, c'est comprendre » ; ainsi, en pointant les incidences problématiques, nous pouvons déjà circonscrire des points et des lieux d'actions propres aux médiateurs.

i. L'aliénation nécessaire, l'aliénation arbitraire et le dépassement de ce problème dans l'échange symbolique

Chaque sujet apparaît fondamentalement et logiquement aliéné : s'inscrire dans un régime de sociabilité implique un don de volonté de puissance, de liberté totale et de

jouissance et ce, sans contrepartie de la part de l'espace public et culturel. C'est à ce titre que l'on parle d'aliénation. Le sujet vit, pense et agit au sein d'une sociabilité et d'une culture données qui encadrent ses possibilités d'action et de pensée. Cette perte d'origine détermine toute manifestation de l'organisation sociale comme activité vitale et de valeur, et trouve son unité en deux instances : le travail concret (celui de production) et le travail abstrait (législatif, par exemple loi régulatrice par temps de travail, le contrat social, l'Autre, etc.)⁵⁰⁷. Nous comprenons que le sujet est automatiquement projeté dans le procès de symbolisation, et qu'il doit en poursuivre la logique (ce qui implique de la comprendre).

Il n'en demeure pas moins que cette aliénation est nécessaire à la survie de l'espèce et de l'individu. Le procès de symbolisation suit une logique dialectique de rapport à la Nature, puis, progressivement de rapports interculturels. Tout le problème apparaît lorsque l'aliénation apparaît comme arbitraire. Par exemple, lorsque l'on perpétue la croyance en l'Autre sans même en saisir l'historicité, la source matérielle ; un autre exemple, lorsque l'on refuse de reconnaître la pertinence d'une loi, qui apparaît comme arbitraire parce que l'on n'en saisit pas la logique, ni l'origine.

Les travaux de Slavoj Žižek et, plus encore, *La Totalité comme complot* de Fredric Jameson, ne sont rien d'autres que des analyses des signes de cette aliénation, des analyses des symptômes, des manifestations d'aliénation. En effet, la totalité abstraite, effrayante, qui apparaissait jusqu'à peu sous la figure de Big Brother, n'est rien d'autre que cet Autre introuvable qui aliène les sujets, y compris les plus exemplaires (puisque même les détectives sont perdus dans les mailles d'un système omniprésent et pourtant insaisissable). C'est que nous sommes arrivés à un point d'abstraction totale dans l'expérience *infrathéorique* des trois instances de l'identité culturelle à savoir l'instance politique, l'instance sémiotique et l'instance esthétique. C'est-à-dire que notre perception (vécue comme) « immédiate » des phénomènes est déterminée par des logiques dont nous ne comprenons même plus l'incidence et donc encore moins le sens ; et cela modifie notre compréhension et nos réflexions sur les trois instances de l'identité.

Tout ce qui constitue les règles de sociabilité, de la signification et de l'expérience est, certes, en perpétuelle renégociation. Mais il ne faut pas oublier que ces règles et négociations doivent prendre en compte des « forces », des « matières (premières) ». Or, précisément, celles-ci sont

⁵⁰⁷ Il est très important de préciser que le travail intellectuel participe du travail concret et du travail abstrait. En effet, en tant que producteur de signification, l'intellectuel produit un travail concret. Il apparaît cependant que nombre de travaux intellectuels visent à offrir une autre perception de son environnement, autrement dit, visent à avoir une incidence sur le « partage du sensible » ; ce faisant, dans une volonté de légiférer, le travail intellectuel peut aussi être critiqué en tant que travail abstrait.

totalemment occultées. Rappelons les propos de Jameson, selon qui, l'actuelle logique culturelle « dominante » apparaît

« comme le déclin des grandes thématiques modernistes du temps et de la temporalité, des mystères élégiaques de la durée et de la mémoire (...). Pourtant, on nous a souvent répété que nous habitions désormais le synchronique plutôt que le diachronique, et je pense que l'on peut soutenir, au moins empiriquement, que notre vie quotidienne, notre expérience psychique, nos langages culturels, sont aujourd'hui dominés par les catégories de l'espace plutôt que par les catégories du temps comme c'était le cas dans la période précédente du haut modernisme »⁵⁰⁸.

Nous sommes désormais totalement inscrits dans la logique de nivellement du quantitatif, une uniformisation versus le divers du qualitatif. Et l'opposition entre espace et temps, entre synchronisme et diachronisme sont des expressions de ce nivellement. Cela conduit à des tensions, des conflits de pouvoirs, une mise en avant du *conatus*. Nous avons vu, dans la première partie, la manière dont les usages des nouveaux médias tendent à reproduire la logique de hiérarchisation symbolique ; de même, la théorie de la *longue traîne* ne fait que renforcer la consécration d'un Autre qui est absent.

Ce qui constitue une expérience est un objet absent, tandis qu'inversement, le capitalisme tardif enjoint les sujets d'assumer une *identité*, c'est-à-dire de se niveler. Cependant, puisque l'identité est construite dans un rapport dialectique intersubjectif, - elle est donc « temporaire », manifestée d'une certaine manière, selon un certain contexte -, dans le « jeux » de rapports imposé par le capitalisme tardif, il n'y a plus d'engagement de l'individu dans le temps. Les modes politiques, esthétiques et sémiotiques engendrés par des prises temporaires d'identité, des dénis d'altérité sont précisément des valeurs *pharmakon* – qui sont les signifiants du *conatus* – des valeurs, des discours qui n'ont pas la dimension réflexive des usages et de règles, et qui sont, dès lors, réifiés, aliénés.

Inversement, le rôle des artistes, - et notamment celui des *ingénieurs expérimentiels*, mais aussi celui des exploitants - n'est pas tant de proposer de nouvelles formules que de proposer de refaire le procès de symbolisation, c'est-à-dire de redécouvrir le parcours des significations, de l'expérience esthétique, voire politique, à travers des formes appartenant à la logique contemporaine de symbolisation. En ce sens, ces œuvres expérimentent l'aliénation nécessaire, là où la tendance au multisupport établit des aliénations contingentes.

⁵⁰⁸ Jameson F., *Le postmoderne...*, op.cit., p.55

Dans la deuxième partie, nous avons entrevu cette problématique dans la crise de perception des exploitants, lorsque nous avons commencé à voir que l'organisation du champ est toujours en contradiction, avec l'incompréhension des actions et décisions d'un des pôles (souvent l'État). C'est que l'État apparaît aussi, aux yeux des exploitants, comme un prescripteur de leur pratique dont la logique semble participer d'une hypostase abstraite ; et la perte de pouvoir de l'État s'explique par le fait qu'il tente de se mettre sur un plan partenarial, là où les exploitants espèrent une relative « transcendance » - une unité supérieure, qui serait le marché des industries de contenus ; les *leaders* de marché font alors pression et les plus petits exploitants sont attentistes.

L'on entre alors dans deux perspectives possibles. Soit il y a la reproduction formelle des usages – sans réflexivité, acritique, pure reproduction sans critique. C'est notamment ce que l'apparition de la projection numérique a montré au niveau de l'exploitation, où beaucoup d'exploitants – y compris des *leaders*, dont UGC – se sont fourvoyés, enracinés dans des habitudes formelles. Soit, autre perspective, est manifestée par le symptôme, la crise, parce que l'on reste enfermé dans une logique qui n'est plus objectivée.

Les exploitants ont repris et reproduit une logique qui n'a plus lieu d'être et ce, parce qu'ils ne comprennent peut-être même pas le bien fondé de ladite logique. Défendre les salles de quartier versus les complexes, puis défendre les complexes de centre-ville versus les multiplexes est un combat honorable. Cependant, il n'a de sens (politique, esthétique) que si l'on comprend la problématique qui a conduit à l'émergence des nouvelles offres (les nouvelles offres objectivent une attente implicite qui n'était pas objectivée dans les offres antérieures). Ce que n'ont jamais fait les acteurs du champ (ou bien, de manière trop isolée pour que la réflexion puisse prendre de l'ampleur). De même, le rapport aux décisionnaires (municipalité, État, actionnariat) est une aliénation, mais elle peut être perçue comme aliénation nécessaire, là où, ordinairement, elle apparaît comme aliénation contingente : la quête « abstraite » – parce que motivée selon des normes et non plus selon des problématiques intersubjectives - et, surtout, illusoire, de l'indépendance fait oublier à la fois les régimes *d'interdépendances* – pour reprendre l'expression de Laurent Creton - et, surtout, l'appartenance à un même ordre symbolique.

La question n'est pas de savoir si l'on doit accepter ou dénier l'aliénation ; dans une approche strictement marxiste la question est de percevoir l'autre facette de la relation, à savoir la *compensation*. Dès qu'il y a échange, il y a des rapports de dettes, d'aliénation, de

morale, qui doivent être compensés par l'autre partie (c'est, par ailleurs, le fondement de la relation éthique chez Lévinas que de transposer cette logique marchande à toute forme d'échange humaine par la valeur accordée au visage). Sauf qu'il ne faut pas oublier que l'échange n'est pas unilatéral (ce n'est pas du don), mais dialectique (ce que Mauss a aussi, au fond, démontré dans l'économie du don ; cela laisse entendre que l'économie du don est dans le même systématisme que l'échange marchand, que ses référentiels sont différents). Autrement dit, les deux parties sont aliénées dans cette relation symbolique.

Mais il faut même dépasser l'approche marxiste orthodoxe, qui tend trop à séparer la production et les normes, les logiques infrastructurales des logiques superstructurelles – ce qui implique aussi de prendre ses distances par rapport aux conceptions de Polanyi qui donnait une trop grande importance à la question des forces de productions, occultant, dans ses essais, les logiques de normalisation, d'échange, qui sont pourtant importantes. Nous devons plutôt nous orienter vers l'interprétation Benjaminienne, qui dépassent ce problème pour se consacrer plus précisément à l'échange symbolique à l'œuvre dans le rapport singulier/collectif⁵⁰⁹. Les sujets ne sont pas créanciers ni dépositaires d'un ordre social, ils en sont les acteurs et les représentants. Penser l'échange avec profondeur implique de saisir les parts « d'aliénation » (qui ne sont aliénantes qu'aussi longtemps qu'on les considère pas comme des discours négociés et interprétés) et de reconnaissance (mais donc, aussi, de rapports de forces et d'occultation) entre les deux parties.

Les sujets et les objets, lorsqu'ils sont inscrits dans le régime symbolique, ne sont jamais qu'éclairés d'une certaine manière, définis selon certaines dispositions, selon un type de relation. Par exemple, un même film peut être interprété de manière radicalement différente selon les spectateurs, mais aussi selon qu'on le voit en salle ou à la télévision. De même, le comportement d'un même sujet diffère selon les sujets avec qui il s'entretient, et selon les contextes des relations intersubjectives. C'est cela même qui a fait le choc dans la réception du film *La chute* (Olivier Hirschbiegle, 2004), où le cinéaste ne réduit pas Hitler à la

⁵⁰⁹ C'est là l'importance majeure de ses thèses sur la philosophie de l'Histoire que de prendre ses distances vis-à-vis du marxisme. En effet, Marx voyait notamment la révolution comme une nécessité historique, comme un événement qui devait nécessairement advenir ; Benjamin dépasse la question des conflits de classe et dépasse la question de la direction de l'Histoire et de ses illusives « nécessités » pour inviter, au contraire, à marquer un arrêt du temps, un arrêt qui permet la réflexion et de repérer que l'Histoire se reproduit aussi longtemps que l'on ne comprend pas que tout est une question de compréhension des relations dialectiques. Autre manière de dire que ce sont les acteurs de la sociabilité qui, dans leur rapport intersubjectif, construisent les identités respectives et qu'il s'agit moins de poser les sujets comme tributaires ou comme créanciers de la sociabilité que comme acteurs et représentants d'un échange symbolique.

figure connue du tyran – c'est-à-dire au sujet Hitler inscrit dans un certain cadre -, mais le montre également dans ses relations familiales et amoureuses ; beaucoup de spectateurs et de critiques ont amalgamé la problématique du cinéaste – à savoir : comment se peut-il qu'il y ait une telle disjonction entre l'humanité dans les relations avec ses proches et une radicale inhumanité dans ses fonctions politiques ? – et une sympathie pour le tyran.

Cependant, cette « relativité », saisie par l'idéologie qui vise l'individuation et l'individualité, est considérée comme une « perte », comme une déperdition qu'il faut absolument réunifier dans une « identité » fixe, dont on s'accorderait les critères de normalisation. La « perte » serait compensée par la valeur (en économie), la jouissance (versus le plaisir), l'identité morale (dans la sphère sociale, culturelle et juridique : l'esprit serait la valeur en opposition à l'insignifiance du corps) ; valeur et identité qui sont le fruit d'une relative évaluation commune.

Dans la logique économique du capitalisme, c'est la valeur qui définit la signification de l'objet. Dans la logique économique du capitalisme tardif, c'est même le sujet qui gagne son identité à travers son incidence dans la circulation, dans le rapport d'échange, dans sa capacité à évaluer le dédommagement de la perte. Autrement dit, le capitalisme tardif subvertit les logiques marxistes orthodoxes. Le symptôme n'est rien d'autre que l'incessante substitution de signifiants pour tenter d'exprimer ce qui n'est pas objectivé – et qui appartient souvent à un autre stade de la symbolisation. La situation est problématique lorsque l'échange ne se porte plus que sur la valeur, que sur l'âme, lorsque l'on a désencastré sa logique.

C'est ainsi que les conflits « abstraits » - c'est-à-dire inscrits dans des normes dont on ne comprend plus la logique, inscrits dans une pensée de dette et de devoir là où il faut penser en termes d'échange symbolique -, que ce soit l'interprétation d'un spectateur, le positionnement d'un exploitant, le point de vue d'un auteur, etc., apparaissent de plus en plus des engagements « moraux », puisque semblant couvrir la totalité du sujet. Au contraire, la vérité, la signification ne peuvent procéder que de la relation et de l'échange.

Évincer définitivement l'idéologie postmoderne implique donc, en premier chef, de cesser définitivement de penser les relations singulier / collectif, de penser la sociabilité, sous le seul angle coercitif – ou, inversement, de « moraliser » toutes les actions et pensées d'un sujet -, mais, plutôt d'envisager l'ensemble comme échange symbolique. Un sujet émancipé est un sujet qui comprend les logiques de sociabilités, qui comprend les déterminations symboliques contemporaines ; c'est moins un sujet séparé de la sociabilité qu'au contraire, un sujet pleinement intégré dans cette sociabilité. Contrairement à ce que laisse entendre l'idéologie

postmoderne, ce n'est pas en abaissant les frontières, en indifférenciant les pratiques et les usages que l'on permet une telle possibilité. C'est, au contraire, en comprenant les enjeux qui se trament dans les distanciations que l'on comprend, dans un même mouvement, les logiques qui relient les sujets. Encore faut-il pouvoir se relier et s'accorder ; encore faut-il reconnaître les éléments échangés. C'est précisément ce problème que nous allons maintenant pointer.

ii. La « frivolité de la valeur » comme expression économique de la question de l'échange symbolique⁵¹⁰

Si une analyse économique – qui ne se résume pas à une économie de marché – est essentielle au sujet des industries culturelles, c'est parce qu'elles entretiennent un rapport nécessairement ambigu avec la logique du capital. En effet,

*« Le capitalisme s' imagine et se légitime par l'esthétisation. Non seulement celle des marchandises, mais celle de ses opérations elles-mêmes, de ses valeurs, de son ethos le plus essentiel. La défondation radicale et inaugurale qui revient à reconnaître la frivolité de la valeur, se prolonge dans un imaginaire du capitalisme qui proclame la valeur de la frivolité. »*⁵¹¹

Les industries culturelles sont à la fois lieu de spéculation imaginaires (c'est-à-dire de représentations critiques) sur les marchandises et sur les opérations, en les représentant, mais elles sont également inscrites dans ces rapports symboliques en ce qu'elles les reproduisent (ainsi qu'elles donnent à voir leur imaginaire) au sein de l'espace public. Autrement dit, elles peuvent avoir une dimension critique, mais, n'étant pas hors espace de commerce, elles sont elles-mêmes dans une logique capitaliste. Et si Goux parle de « frivolité de la valeur », ce n'est pas tant parce que la mécanique de valorisation est absurde ou incontrôlable, que parce qu'elle ne se réfère à rien d'autre qu'à elle-même. Autrement dit, la valeur est moins le signifiant d'une quelconque substance (l'utilité ou le travail), la valeur est moins une sorte d'étalon objectivant des rapports entre les choses, qu'elle est un lieu de négociation, de recherche de co-incidence entre différentes subjectivités.

⁵¹⁰ Nous reprenons ici la formule de Jean-Joseph Goux, tiré de son ouvrage éponyme. Goux J-J, *Frivolité de la valeur. Essai sur l'imaginaire du capitalisme*, Paris, Bluson, 2000

⁵¹¹ *ibid.*, p.308

C'est ici que nous retrouvons, en termes économiques, la même problématique que celle que nous avons pointée en termes philosophiques à l'encontre des Modernes, à savoir :

« un approfondissement de la subjectivité de la valeur, d'un perspectivisme, qui creuse à tel point la singularité de l'évaluation qu'elle rend introuvable l'étalon universel, le régulateur invariant des échanges »⁵¹².

L'on quitte l'espèce d'esperanto du paradigme « objectif-homogène » de la valeur (c'est-à-dire normé et posé comme « évidence »), pour l'espèce de relativisme du paradigme « subjectif-hétérogène » de la valeur où

« la relation d'échange entre individus constitue, quel que soit le domaine envisagé (idées ou produits matériels) un marché de type boursier, de telle sorte que la concurrence incessante que les valeurs individuelles se font entre elles, compose un équilibre mobile qui détermine, pour un instant seulement, les valeurs à cet instant »⁵¹³.

Nous comprenons avec quelle violence les sujets sont engagés dans le commerce des humains : leur engagement est total. Mais, s'il est total, il n'en est pas moins éphémère. Ainsi, ce que Jameson nomme le « postmoderne », ce que Debord appelle « société du spectacle », sont moins des « innovations » datant des années 1960 que des expressions de mécaniques anthropologiques déjà bien engagées, expressions d'autant plus manifestes et radicales qu'elles sont générées par le truisme du marché qui, désenclavé, tend à objectiver ce qui était implicite. Le marché se déploie très bien à partir des échecs philosophiques :

« Il n'y a plus de valeurs éternelles inscrites au ciel ou dans les choses mêmes, il n'y a plus d'homme générique avec des besoins déterminables et a priori, il y a des subjectivités qui donnent valeurs, et peu importe à partir de quel fond (et de quelles interrelations) »⁵¹⁴,

et cette flottaison des signes est suscitée par la marchandisation du monde humain (dont la culture) et, dans un mouvement réciproque, renforce cette marchandisation par l'extension du seul principe d'équivalence universelle, à savoir l'argent.

Le relativisme, tant défendu par beaucoup de sociologues (comme opposition aux effets de domination symbolique), est moins source d'émancipation qu'il est un transfert du support de pouvoir symbolique : c'est moins le social que le marché qui devient le référent de la valeur (et, ainsi, également le référent du sens)⁵¹⁵. Et cette situation devient d'autant plus

⁵¹² *ibid.*, p.35

⁵¹³ *ibid.*, p.34

⁵¹⁴ *ibid*

⁵¹⁵ C'est pourquoi nous insistons régulièrement sur la prudence à avoir dans les lectures des travaux de Bourdieu. Ses propos sont, dans l'ensemble, extrêmement pertinents et posent des problèmes structurels effectifs. Il

complexe que le marché, lui-même, est ambigu : Goux insiste sur le fait qu'il y a, bien souvent, une confusion dangereuse entre « intérêt » et « utilité », c'est-à-dire une confusion entre, d'une part, « *le désir d'appropriation de la richesse sous une forme abstraite et partout négociable* » et, d'autre part, « *l'objet du désir libre, anarchique, variable, de s'approprier tout ce que l'équivalent général permet d'obtenir, c'est-à-dire, en principe, n'importe quoi* »⁵¹⁶. Il s'agit là, d'une autre manière – dans la logique économique contemporaine - de distinguer la satisfaction des moyens de la recherche d'une fin. Que la recherche d'une fin implique désormais une négociation permanente sur les moyens, qu'elle ne soit plus déjà socialement déterminée (et donc logiquement objectivée par la valeur) ne doit pas signifier pour autant que la seule fin soit dans les moyens, c'est-à-dire dans la recherche de rentabilité, de richesse. Or, les rationalisations du marché visent explicitement l'intérêt, ce qui conduit les usagers (les spectateurs) – mais aussi, dans leurs recherches de « captation du public », les critiques et les « diffuseurs » - à cette même forme de rationalité.

Dans ce système de relation, les expressions culturelles et artistiques sont alors moins des « objets désirables » que des signifiants de l'intérêt (c'est-à-dire de l'articulation de l'économie et du politique dans le *conatus*). Ces expressions participent moins de l'espace de négociation et des exigences de la sociabilité (qui conduisent, par les discussions politiques, à un marché qui serait efficient), qu'elles sont des supports de conflits au sein du marché (et qui reproduisent alors une sorte d'effet de « distinction économique », que Marx évoque très précisément dans son texte sur la *fétichisation des marchandises* où les rapports entre les marchandises sont des signifiants des rapports entre les individus).

Et ces formes de violence ne transparaissent pas de manière évidente puisque le marché s' imagine et se légitime par les formes esthétiques. Autrement dit, le marché s'enracine de manière d'autant plus forte, d'autant plus nécessaire, d'autant plus évidente dans un marché de l'art et des formes culturelles qu'elles lui donnent un fondement imaginaire et symbolique. Pour mémoire, n'oublions pas que l'imaginaire objective le symbolique.

Cependant, c'est dans un des lieux même où cette frivolité s'enracine – à savoir l'esthétique – qu'elle peut être critiquée, c'est-à-dire exercée avec distanciation. En effet, le grand intérêt d'une telle évolution des déterminations de la valeur est son renvoi à la nécessité

convient néanmoins de revoir ses recherches parce que, évidemment, les données ont changé ; il convient aussi, surtout, de se rappeler la nécessité de les inscrire dans une pensée dialectique, et non pas simplement horizontale, ce que font pourtant nombre de ses exégètes.

⁵¹⁶ Ibid.

politique de négocier, de discuter les conventions de valeurs et de richesses – là où elles étaient auparavant objectivées par des normes⁵¹⁷. Et cette problématique est la même que la problématique de l'émergence d'une signification à travers l'articulation politique / esthétique dans les médiations culturelles en général. L'on peut mesurer ici combien les problématiques de médiation ne sont pas du tout séparées des problématiques économiques et qu'une praxis (alternative) n'est pas du tout une utopie hors économie, mais, au contraire, participerait d'une certaine logique du marché qu'elle complexifie.

C'est le rôle des différents acteurs du champ que de re-construire le processus de symbolisation pour comprendre l'état des lieux actuel tels qu'exprimés au niveau politique, au niveau des représentations aussi bien qu'au niveau économique. Nous avons déjà aperçu le rôle de certains artistes dans cette perspective ; il faut désormais également comprendre le rôle des exploitants de cinéma. Cela implique, notamment, une mise en perspective historique, ce qui n'a rien d'évident.

iii. Dépasser la perte d'historicité

Il y a, en effet, une difficulté à penser l'histoire parce que l'on peine à quitter la sphère idéologique actuelle et à rendre compte des existences antérieures dans leurs logiques symboliques spécifiques. L'on « voit de loin » : l'antériorité n'est pas restituée avec sa logique d'alors, mais objectivée par rapport aux logiques contemporaines. Pis, l'on peine à profiter d'un rapport à l'Histoire pour se distancier du présent (et des interprétations dominantes de l'Histoire). En ce sens, la « réception » de *La chute* – dont nous avons parlé quelques pages plus haut – est assez significative de l'incapacité à se distancier et à poser des questions pourtant extrêmement pertinentes ; il y a une tendance à préférer différer le problème et à se rassurer de notre bonne compréhension de l'Histoire en ne conservant que les figures et traits dominants, en ne conservant que les événements historiques sans en comprendre les logiques internes, et à viser à les séparer radicalement du *hic et nunc* (qui apparaîtrait comme un progrès). C'est là une répétition de l'Histoire que craint Benjamin. La manifestation de cette manière d'entrevoir l'Histoire – et donc de perdre toute perspective

⁵¹⁷ Évidemment, globalement, le contexte économique international ne semble pas tant aller de ce principe et diffère la médiation de l'économie auprès du public, ainsi qu'il diffère toute négociation, en s'orientant, au contraire, vers des logiques d'expertise, d'institutions supra-nationales dont, par ailleurs, la légitimité est constamment contestée (par exemple, le FMI apparaît de plus en plus comme une institution fortement américaine)...

historique – se retrouve notamment dans le succès du film *Inglorious Basterds* (Quentin Tarantino, 2008) - dont nous avons déjà parlé -, film qui joue à subvertir des signes du passé, à modifier l'Histoire, sans pour autant afficher un discours précis, ni engager une problématique historique spécifique. Il ne s'agit que de jouer avec l'Histoire et poser le présent (et son idéologie) comme logiquement « supérieur » au passé.

C'est précisément ce que l'on pourrait nommer le *syndrome de Schindler* (problématique que nous relierons au film de Spielberg)⁵¹⁸. L'on restitue la pure existence sans la conscience, et puisqu'on le fait par rapport aux problématiques contemporaines, l'on se porte plus à exprimer le relationnel – sous l'égide de la morale et des normes dominantes – que le processus de signification et d'historicité. Dès lors, on problématise par exemple moins l'holocauste qu'on ne l'éprouve (et, plus encore, qu'on ne l'éprouve qu'à partir d'un point de vue restreint).. Le corollaire dialectique est le cas de Claude Lanzmann qui force à un déni de la représentativité qui, loin d'être simplement signe de pudeur, est le refus catégorique de la matérialité (et donc des origines du drame).

Cela nous permet d'avancer l'idée suivante : le postmoderne se caractérise, au mieux, par l'inconscience (plus encore que l'oubli, ou, en tant qu'oubli total) de l'absence d'historicité ; il tend cependant de plus en plus à assumer son déni de l'historicité, à travers son mépris de l'Histoire. Autrement dit, dans une pure logique, l'on ne sait pas que l'on ne sait pas la base historique et matérielle. Il y a une sur-conscience qui s'établit sur un plan horizontal et de relative immédiateté. La passivité des expériences esthétiques est subvertie par les injonctions surmoïques, la libido est camouflée au profit d'une rationalité tactique. Autrement dit, avec l'oubli des strates du procès qui conduit à une identité provisoire et relative du sujet, identité établie par l'échange symbolique, son identité apparaît, dans l'idéologie postmoderne, comme le seul résultat d'une *performance*, ce qui a pour corollaire, une injonction morale du régime de pure immédiateté.

La logique identitaire – et plus encore la disposition critique et émancipatrice -, qui nécessite toujours une part d'historicité, s'établit non plus sur des concordances manifestement logiques, mais avant tout sur des concordances formelles. Un bon exemple de cette logique de concordance formelle réside dans l'analyse critique que Jameson fait de *Blue*

⁵¹⁸ *La liste de Schindler* (Steven Spielberg, 1993)

Velvet et de *Something Wild* (nous avons repris partiellement cette analyse dans la première partie)⁵¹⁹ et qu'il conclut de la manière suivante :

« La combinatoire générationnelle paraît être tombée en panne au moment où elle se retrouve face à une sérieuse historicité, et où l'auto-concept assez différent de « postmodernisme » prend sa place.

Dick a utilisé la science-fiction pour voir son présent comme de l'histoire (passée) ; le film de nostalgie classique, tout en éludant complètement son présent, enregistre sa carence historiciste en se perdant dans une fascination hypnotique pour d'extravagantes images de passés générationnels spécifiques.

Les deux films de 1986, tout en peinant à dégager une forme totalement neuve (ou mode d'historicité), paraissent néanmoins, dans leur complexité allégorique, en marquer la fin et signaler l'avènement d'un espace désormais libre pour autre chose »⁵²⁰.

La concordance formelle écrase toute logique d'historicité⁵²¹, ce qui, dans une pensée dialectique, peut aboutir soit à un anéantissement de toute forme logique et symbolique, au profit d'une relative « logique de la sensation » (pour paraphraser très vulgairement Deleuze), soit, comme l'espère (plus que ne le prophétise) Jameson, à une nouvelle forme historique.

L'on ne peut néanmoins pas envisager une *tabula rasa* comme semble le faire le postmoderne. Par ailleurs, beaucoup d'œuvres de science-fiction produites depuis les années 1950, vont à l'encontre de cette utopie de table rase du passé, et problématisent l'importance de la dimension historique, la tactique d'historicité de chaque sujet inscrit dans une situation de table rase, d'ahistoricité. Ces œuvres rappellent que toute forme de signification, comme également toute forme d'identité, reposent sur la distanciation du sujet : distanciation dans le temps et distanciation dans l'espace. Ainsi en est-il des journaux des clones – qui illustrent, par-delà le fait qu'ils ne soient que clones, une singularité de chacun d'entre eux et posent la

⁵¹⁹ Jameson F., « Nostalgie du présent », in. *Le postmoderne...*, op.cit. ; cf Partie I « ii. Le postmoderne comme contexte dominant de déni de la distanciation symbolique », p.207

⁵²⁰ *ibid.*, p.414

⁵²¹ C'est là ce que nous reprochons aux théories de l'imaginaire de Gilbert Durand et plus encore aux théoriciens qui s'en réclament (particulièrement Michel Maffesoli). En effet, Gilbert Durand, dans sa thèse – *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, PUF, 1960 – analyse l'évolution des formes imaginaires par effet de concordances formelles. Cela est un point qui existe – à savoir la spéculation formelle -, mais qui n'explique pas pour autant la manière dont cela exprime des problématiques contextuelles. Si cela n'était pas le propos de la thèse de Gilbert Durand, il est regrettable que beaucoup de sociologues qui s'en réclament ne cherchent pas à poser cette question qui est pourtant essentielle. Bien au contraire, ils se plongent radicalement dans les théories de Durand, et Michel Maffesoli le premier, pour justifier ce qui constitue l'idéologie postmoderne : spéculations formelles, déni du symbolique, etc. C'est que Gilbert Durand comme ces auteurs donnent notamment une mauvaise définition de l'imaginaire, puisqu'elle comprend en son sein le symbolique ; il en résulte une quasi absence de toute forme de distanciation. Ce faisant, Durand radicalise ce qui pourtant était déjà contestable chez Jung, à savoir concevoir l'appartenance à la collectivité uniquement à l'aune d'une expérience (que l'on pourrait qualifier de mystique) du soi cosmique (objectivé par l'imaginaire) comme composante du soi et qui est lien avec les autres soi...

suite de clones comme micro espace public - dans *La Possibilité d'une île* de Michel Houellebecq (2005). Mais aussi de l'angoisse de la perte de mémoire et d'histoire du personnage principal de *Memento* de Christopher Nolan (2000), qui tatoue tout ce qui le définit afin de ne pas oublier sa propre singularité. Ainsi, en est-il enfin des craintes corrélatives aux modifications de l'expérience du temps et du vieillissement dans *Rainbows End* de Vernor Vinge (2007)... Les exemples peuvent être multiples et nous n'avons, malheureusement, pas ici la place d'en offrir une analyse complète. Il s'agit simplement de montrer que l'an-historisme est une part de l'idéologie postmoderne qui tend à être critiquée par nombres d'auteurs – qui, pour la plupart, sont peu reconnus du grand public, comme si le dé-centrement de l'auteur participait de la distanciation des problèmes qu'il exprime.

iv. Perspective positive (nécessité de l'entente) /
perspective négative (insignifiance, aliénation)

C'est que précisément, ce que pointe Jean-Joseph Goux comme possibilité positive à la fin de *La frivolité de la valeur*, au même titre que ce que pointe Jameson à la fin de son article et que Benjamin à la fin de l'analyse de l'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique, est la double perspective, entente ou aliénation, qui implique soit la reconnaissance soit l'inconscience des procès de symbolisation à l'œuvre. Et les œuvres que nous venons de citer précédemment ne sont que des objectivations imaginaires de la situation de déni des procès de symbolisations, qui appellent à une reprise alternative desdits procès (tenir un journal de clones, tatouer des souvenirs sur son corps, réapprendre à apprendre...).

La désubstantialisation de la valeur peut être quelque chose d'éminemment positif, puisque, en montrant le pur espace d'immanence de l'existence des sujets, elle enjoint à un espace de négociation. Mais ces négociations ne sont pertinentes que motivées, non pas par les intérêts, mais par l'utilité. Dans la logique économique de l'utilité, les formes culturelles et artistiques sont des supports de compréhension et d'expression des limites de la finitude de l'expérience humaine, sont des supports de compréhension et d'expression des contingences de la vie commune. Le cas échéant, ces expériences sont totalement dissoutes au profit de l'artefact de la mesure économique.

Pour ce qui est des perspectives négatives,

« l'investissement énergétique de la valeur (travail, libido) est retiré du support matériel pour être reporté (déplacé) dans une transcendance abstraite que ne fait, dès lors, que représenter dans le monde déchu un simple signe diacritique – loin du trésor qui seul, cependant, cautionne, sa fonction sous la garantie de l'Autre (Capital, État, Logos, Dieu) »⁵²².

Le maintien de la référence à l'Autre est extrêmement tortueux et torturant. Et ce, d'autant plus que la figure de l'Autre peut prendre des formes diverses. Nous notons par exemple l'émergence (ou la réémergence) d'un complexe de Prométhée, où l'Homme est dépassé et subordonné par ses propres créations. C'est notamment le cas de la sphère du numérique où précisément Vernor Vinge, informaticien et auteur de science-fiction, offre une perspective des plus troublantes. Il est particulièrement connu pour son concept de Singularité : il s'agit d'un stade logico-historique où les développements en Intelligence Artificielle seront suffisamment aboutis pour que ces artefacts deviennent autonomes et créateurs d'innovations. *Blade Runner* avait déjà pointé cette crainte avec les répliquants ; mais ces derniers sont sauvés (au sens moral) à la fin par une intelligence poétique (le répliquant non seulement sauve celui qui veut le tuer, le Blade Runner, mais, en outre, il adapte, dans un langage cybernétique, le *Bateau Ivre* de Rimbaud).

Dans les romans de Vinge, au contraire, il s'agit de réfléchir sur la manière dont les organisations sociales, politiques, mais également phénoménologiques des humains (dans le sens de *l'aisthesis* de Benjamin) peuvent coexister avec leur propre création. Par ailleurs, Jean-Michel Besnier propose, dans *Demain les posthumains ?* une enquête sur l'idéalisme destructeur des sectes scientifiques qui visent la singularité et dont les doctrines apparaissent comme des interprétations formelles des théories de Platon. Formelles, parce qu'elles ne prennent pas en compte la logique symbolique à l'œuvre chez Platon, et ne pensent que les divergences qu'il faut aplanir, standardiser. L'enquête sur l'imaginaire des NTIC de Breton (que nous citons également en partie 1) ne montre pas autre chose. Tous ces imaginaires expriment le rapport conflictuel que nous entretenons avec le symbolique et l'abstraction croissante des rapports d'échanges (juridiques, moraux, marchands, esthétiques) et l'importance accordée à la dimension sacrificielle est proportionnelle à l'abstraction du stade du procès d'échange au cours duquel est construit cet imaginaire. Dans un geste hégélien critique, Žižek rappelle, à la suite du 11 septembre, que moins l'idée, pour laquelle on se bat, rend compte des enjeux des sujets, plus on est prêt à un grand sacrifice. Inversement, la logique positive consiste à voir qu'on a atteint un stade limite de développement symbolique,

⁵²² Goux J-J., *Marx, Freud...* op.cit., p.97

un stade qui peut permettre un échange (marchand, culturel, juridique) ; mais cet échange implique une objectivation, une reconnaissance des parties échangistes, de tous les stades du procès de symbolisation. Quand on en est arrivé à ce point, on comprend un peu mieux l'émergence et l'importance grandissante de la fonction de médiateur dans tous les lieux de la sphère sociale. Encore faut-il que cette fonction soit clairement définie et clairement reconnue par ses agents, par les sujets de l'échange, et la sphère sociale...

v. Le capital immatériel, la dématérialisation des échanges et la « dématérialisation de l'art ».

Par le mouvement d'idéalisation, où l'on spéculé sur des valeurs et où l'on tend à occulter la matérialité (du signifiant, de la production), l'on comprend plus aisément l'évidence avec laquelle le champ économique a tendu vers la question du capital immatériel et les champs artistiques vers la question de la « dématérialisation de l'art ». Or, il apparaît que, dans un cas comme dans l'autre, plus on « facilite » les échanges (marchands, monétaire, signifiant) en multipliant les « lieux » d'échange, plus on a besoin d'institutions qui les régulent (ou qui servent, au moins, de références)

Pour mieux saisir la question du capital immatériel, il vaut mieux partir de celle de la dématérialisation de l'art (puisque'il s'agit, nous l'aurons compris, de deux manières d'envisager et d'exprimer le même problème de rapport symbolique). Derrière cette formule barbare s'élaborent deux problématiques à distinguer clairement. D'une part, la modification des conditions de « réception », des cadres pragmatiques de rapport esthétique ; d'autre part, les nouvelles propositions artistiques, qui s'intègrent dans une autre perspective formelle et symbolique, qui interrogent les nouvelles conditions perceptives liées aux NTIC. En soi, chacune de ces problématiques contient, en son sein, un nœud problématique plus complexe encore, et que l'on ne pourra développer de manière exhaustive ici.

Nous devons comprendre que ces deux problématiques sont issues de celle, plus générale, de la dématérialisation des échanges, permise par un stade élevé de symbolisation. D'une part, l'échange serait dématérialisé ; d'autre part, une réflexion sur la logique d'échange à l'heure des techniques complexes de communication.

Notre travail propose la critique de la dématérialisation des supports d'échange esthétique dans le sens où cette dématérialisation, pour être efficace, doit prendre en compte la logique de la matière, la valeur de l'exposition de l'objet, dans le cadre de l'expérience esthétique ; inversement, la manière dont la dématérialisation est généralement proposée tend à laisser croire que la valeur, le sens, le signifié, est le propre de l'œuvre et que son exposition est indifférente à cette valeur. Non seulement ce n'est pas le cas, mais, en outre, cela conduit les usagers, spectateurs, etc., à chercher vainement une valeur, un sens, dans l'œuvre, et oublier la « vérité » esthétique qui ne se limite jamais à la relation à la seule œuvre. À une conception viciée s'adjoint donc un vice de procédure, qui tend à faire oublier la logique même de la médiation culturelle.

Cela ne veut pas dire pour autant qu'il faille exclure de manière catégorique les nouvelles possibilités de la diffusion. Cela veut simplement dire qu'il faut à la fois réfléchir sur la manière dont on peut les diffuser convenablement et sur la manière dont le spectateur peut intégrer l'ensemble des logiques procédurales.

Si la solution n'est pas toute faite, il est intéressant de voir la manière dont les artistes problématisent justement le nouveau rapport symbolique que permettent les NTIC. Par la médiation imaginaire de leurs propositions artistiques, l'on peut espérer déceler les problématiques symboliques que les NTIC et les nouveaux modes d'échanges impliquent. C'est précisément l'autre versant problématique de la dématérialisation. Jean-Louis Boissier propose notamment, dans son ouvrage *La relation comme forme*, un nombre assez important d'exemples de dispositifs artistiques qui interrogent directement la notion d'*interactivité* (qui n'est pas à prendre dans un sens idéologique, mais dans le sens de la disposition des actions et de l'échange)⁵²³, ce que nous avons dit sur le néo-cinéma s'intègre aussi dans cette réflexion. (Nous voudrions cependant critiquer la notion d'activité : il ne s'agit pas tant d'actions que d'expressions qui sont à l'œuvre, autrement dit, il s'agit moins d'un travail matériel que d'un travail d'expression/interprétation.) Dans ces perspectives, l'on interroge à la fois les forces mises en œuvre – matérialité de l'œuvre, matérialité du spectateur -, mais aussi la puissance du dispositif dans *l'aïsthésis*, notamment sa capacité à construire ce que l'on nomme par ailleurs une réalité « augmentée ». Un des meilleurs exemples, à ce titre, est *Beyond interface* de Jodi (1995). Il s'agit de déconstruire la logique des interfaces, d'une part sur le site de Jodi où l'on est directement exposé aux codes informatiques qui se déploient selon les requêtes

⁵²³ Boissier J-L., *La relation comme forme, L'interactivité en art*, Paris, Les presses du Réel, 2009

que l'on envoie, avec, parfois des pages web qui défilent de manière incontrôlable⁵²⁴ ; d'autre part, dans un travail de cartographie du *Web*⁵²⁵. D'une part, nous sommes exposés aux traces de l'interactivité, mais, en outre, Jodi nous invite à comprendre – à travers un travail cartographique – toute la logique de lien symbolique qui se trame derrière les interfaces.

Une autre manière d'exprimer la matérialité à l'œuvre dans les dispositifs numériques se retrouve dans *Legible City* de Jeffrey Shaw (1989) qui est un dispositif de projection d'une représentation d'une ville réelle où les bâtiments et rues sont remplacés par des mots qui génèrent ainsi des phrases sur les côtés de la rue ; ce qui anime le déplacement est l'effort physique d'un usager qui, sur un vélo stationnaire face à l'écran, décide de la direction et de la vitesse. C'est à la fois la présence du spectateur qui est ici soulignée, mais aussi les limites et contingences des interfaces qui sont exposées. Autrement dit, ces dispositifs sont des critiques de *l'aïsthésis* des usagers des NTIC. Christian Nold, avec son dispositif *Biomapping*, surcharge l'impact de son outil sur les déambulations des piétons afin qu'ils retournent à une poétique de la marche : en effet, il s'agit d'un détecteur d'impact émotionnel, fixé sur un doigt, qui permet de voir à la fois les déplacements et les différentes intensités émotionnelles vécues par l'utilisateur selon les lieux⁵²⁶.

Il est à noter toute la subversion de ce dispositif : Christian Nold a récupéré des détecteurs de mensonges – c'est-à-dire des dispositifs de contrôle – pour en faire des dispositifs d'écritures, de poïesis. On trouve là un engagement politique qui s'exprime dans la manière de récupérer les objets, ainsi que dans l'objectif de revaloriser les espaces de sociabilité – tout en soulignant l'importance des usagers dans cette revalorisation. Christian Nold, à sa manière, exprime les problématiques politiques et esthétiques telles que définies par Benjamin.

Nous ne pouvons pas développer davantage d'exemples tant ils sont nombreux. Il s'agit juste de comprendre que chaque media offre des situations d'échanges, des imaginaires spécifiques, qu'il faut prendre en compte. La problématique artistique fondamentale – quant à la question de l'imaginaire et de la relation symbolique – reste la même quel que soit les supports ; c'est l'objectivation – et donc l'angle d'attaque de ce problème – qui change(nt). Il y a, en outre, prise en compte de l'articulation réel/symbolique / imaginaire ; l'approche critique ne consiste pas à dénier les nouveaux dispositifs, mais à déconstruire leur logique et comprendre, par là même les logiques esthétiques antérieures qui ont conduit à celle-ci. À

⁵²⁴ <http://404.jodi.org/>, consulté en juin 2011

⁵²⁵ <http://map.jodi.org/>, consulté en juin 2011

⁵²⁶ http://www.dailymotion.com/video/x8pff5_ars-longa-atelier-de-christian-nold_creation

l'image du travail de Christian Nold, l'on peut concevoir qu'un dispositif peut permettre une meilleure compréhension de l'esthétique sous sa forme antérieure. De même, l'usage du dispositif ne devient pleinement signifiant (en ce qu'il articule politique et esthétique) que lorsqu'il manifeste des problématiques actuelles. C'est dans le champ de cette *aisthesis* que l'exploitant doit penser sa fonction.

L'on peut rapporter ces remarques à la problématique du capital immatériel. Il faut bien s'entendre sur ce que l'on nomme capital immatériel et ne surtout pas le confondre avec la notion de *travail abstrait*. Ce n'est pas parce que l'on capitalise des connaissances que l'on se situe déjà sur un plan symbolique très élevé. Travailler la connaissance, valoriser de l'expérience, ce n'est pas un travail abstrait bien que le produit soit déjà à un plus haut niveau d'abstraction de la production matérielle – en effet, il s'agit toujours d'une production sur la signification. Il ne faut surtout pas oublier la matérialité des travaux. Tout au plus doit-on entendre la connaissance comme « détour de production » et non pas comme forme de valorisation a posteriori du travail.

Cette confusion conduit à un singulier mépris contemporain pour la notion de « savoir » au profit de la notion de « connaissance ». La « connaissance » est un ensemble d'informations (plus ou moins parcellaires) autour d'un objet, tandis que le « savoir » est un ensemble de connaissances mises en relation dans des unités conceptuelles. L'on tend à privilégier la distanciation relative aux connaissances et à se méfier du travail d'unification relatif au savoir; comme si le savoir imposait un rapport inductif aux choses et au monde. Dans cette crainte du schéma inductif, beaucoup de base de données se développent actuellement sans aucune unité ; comme si l'on oubliait, dans la notion de schéma « hypothético-déductif », l'hypothèse...

La fonction de médiateur implique pourtant, dans un capitalisme immatériel, une relative posture de savoir. Non pas de « sujet supposé savoir » que l'éthique de la psychanalyse tente à tout prix d'écarter de l'analyse, mais de sujet comprenant la logique des procédures et qui accompagne le sujet dans le parcours logico-historique du procès de symbolisation. L'exploitant – comme tous les médiateurs – ne fait pas que diffuser des films (comme on diffuserait de la connaissance) ; il rend compte d'une certaine logique de construction de valeur et de signification, logique qui a un héritage et qui vise à exprimer la sociabilité (c'est là son « savoir », qui est loin d'être unifié et définitif, mais au contraire, qui est constamment relancé). Le « savoir » de la médiation est donc, somme toute, relatif, mais sa visibilité sert de

référence au spectateur. Cette question n'est pas mineure : elle définit précisément la fonction de médiation et conduit à la nécessité de réfléchir sur la manière dont on peut la valoriser. Il s'agit de valoriser l'échange symbolique à l'œuvre dans la médiation et la capacité de l'exploitant à offrir des conditions de cet échange. Or, tandis que nous la voyons se développer ça et là dans l'espace public, il apparaît que le marché de la culture vise précisément à la faire disparaître (ou l'empêcher d'advenir). Payer un billet d'entrée dans une salle de cinéma, ce n'est pourtant pas seulement payer en vue d'une plus-value expérientielle : c'est aussi contribuer à l'élaboration de la valeur. De même, aller voir un film en salle, ce n'est pas seulement augmenter sa connaissance cinéphilique : c'est aussi contribuer à l'élaboration d'une signification lors d'une séance de cinéma.

Il en est de même dans la question des dettes publiques. Les échanges et les investissements financiers, les politiques budgétaires des États connaissent – après une période d'échanges débridés – une forte crise. L'on doit reconnaître le « savoir » des institutions comme le FMI ou la BCE, afin qu'elles offrent des perspectives pour réguler et servir de référence pour sortir des crises. Tout le problème étant leur « neutralité », ainsi que la manière dont ces institutions envisagent la régulation ; ici, en effet, il y a malheureusement, moins de « distanciation »...

D. Les procès d'échanges esthétiques et leurs déterminations.

L'esthétique et le politique sont liés, dans notre travail, par leur inscription dans une économie, ici entendue comme distribution des forces et des énergies en une vue de productions et de consommations qui permettent la pérennité d'un ensemble de sujets donnés. Cette distribution implique des canalisations des forces, et des valorisations compensatrices. Autrement dit, les forces sont occultées au nom d'un principe unitaire et coordinateur.

La médiation culturelle peut être analysée à l'angle de cette économie, dont la visée serait la sociabilité, objectivée par l'imaginaire véhiculé et par les usages. Dans l'économie politique de la médiation culturelle, les forces canalisées seraient les énergies psychiques et libidinales. La canalisation de ces énergies, et l'objectivation imaginaire des liens de sociabilité permettent alors de saisir la relation symbolique à l'œuvre dans les rapports politiques,

juridiques et économiques. La médiation cinématographique de l'expérience participe, tout logiquement, de cette économie politique.

Une des questions qui se posent alors dans toute analyse portant sur la médiation culturelle consiste à saisir ses procédures de canalisation. À ce titre, la médiation artistique (et, de manière dialectiquement opposée, la médiation scientifique) apparaît comme paradigmatique en ce qu'elle vise manifestement l'énergie psychique (et, inversement, la médiation scientifique vise à s'éloigner le plus possible de cette énergie), ce qui implique, parfois, de déconstruire les logiques de canalisation.

Faire la critique de l'économie politique de la médiation culturelle ne consiste pas à concevoir ce rapport aliénant comme nuisible – il y a, malgré tout des aliénations nécessaires –, mais à analyser les logiques à l'œuvre et la structuration des agencements, historicisables, propres à cette économie politique et, éventuellement, d'en pointer des dérives problématiques pour le sujet. Comprendre une structure n'est pas une fin en soi. En revanche, saisir, à l'aune d'un problème contemporain, de manière rétroactive les logiques et agencements qui conduisent au problème en question permet d'en cerner les frontières logiques et historiques. Cette « prise de conscience » permet justement d'envisager une praxis, une orientation alternative.

En effet, la relation à l'art et à la culture (ainsi qu'à toute forme de symbolisme, y compris scientifique), est dialectique ; l'usager, le sujet, lui-même participe à ce processus de canalisation (d'unification de la signification et de la valeur dans un espace donné, à un moment donné), notamment dans la manière dont lui-même valorise l'objet. Ainsi, les expériences culturelles, en général, ne sont pas seulement des produits du social, mais produisent du social. Et cette nuance est d'autant plus complexe lorsque l'on pense au statut de la médiation culturelle conjointe à un marché de la culture.

Ce faisant, nous devons comprendre que les problématiques culturelles, inscrites dans la logique subversive de marché, prennent des déterminations nouvelles. Il y a des éléments qui sont valorisés dans la sphère sociale, mais il y a également des éléments à valoriser au niveau du sujet. Pour le dire autrement, l'actuelle valorisation porte sur un plan purement « horizontal » (c'est-à-dire sur le plan de l'immédiateté, sans historicité – et donc sans relativisme historique –, dans l'espace de conflits et de rapports de pouvoir) et réduit automatiquement l'identité du sujet à son *conatus* (c'est-à-dire à l'affirmation politique de l'identité et de l'appartenance, et non plus à sa dimension désirante, inscrite dans une oscillabilité et dans un contexte spatio-temporel déterminé); ces valeurs doivent être saisies,

ainsi que des valeurs qui seraient plus propres à la logique désirante. Il faut donc prendre en compte la logique de désir et celle de consommation.

Nous comprenons dès lors la médiation culturelle comme une rencontre entre des appareils psychiques, artistiques et sociaux. Le psychisme et l'objet d'art représentent des forces de production, des énergies qui doivent être canalisés dans le régime – lui-même dynamique – de sociabilité. L'énergie psychique canalisée est déterminée par des contre-investissement sociaux et artistiques ; l'énergie signifiante de l'objet d'art est elle aussi canalisée par des contre-investissement interprétatif et de valorisation symbolique et – dans le cas du marché - monétaire. L'expérience esthétique implique la confrontation entre ces deux mécanismes et ce sont les investissements et contre-investissements qui établissent, à un moment donné, dans un espace donné, une signification et, dans la logique économique, une valeur.

i. La fonction de l'œuvre d'art dans le « partage du sensible » : l'investissement psychique et les contre-investissements formels

Le sujet advient comme sujet à l'issue d'un processus d'aliénation nécessaire, que nous avons revalorisé comme procès d'échange symbolique. Sa force de production, son énergie psychique, sa libido sont dès lors canalisés dans un régime de production, de compréhension et de reconnaissance spécifiques à l'ordre symbolique dans lequel il est inscrit. Cette intégration est, nous l'aurons compris, loin d'être évidente et conduit à des situations d'incompréhensions, faute d'objectivation des différentes mécaniques au sein du procès de symbolisation, que caractérisent précisément les névroses.

Le principe de la médiation culturelle implique à la fois une compréhension du procès de symbolisation – ce qui implique d'objectiver ses différentes strates – et d'inscrire le sujet dans le régime de sociabilité corrélatif à cette symbolisation. C'est alors qu'il y a délégation d'une identité (psychique et politique) au sujet ; par la manière même dont on l'œuvre l'inscrit dans la médiation, l'engagement psychique du sujet est reconnue également comme énergie politique.

L'énergie fondamentale qu'offre un sujet-spectateur est son énergie psychique – et, précisément la délégation de son pouvoir-de-jouir, au profit du désir. Mais, nous l'aurons compris, cela engage aussi, dès lors, son énergie politique, l'énergie de son engagement. En effet, ces énergies sont contre-investies par la logique symbolique de la signification de l'objet. Attention, il ne s'agit pas d'entendre « contre-investissement » comme « répression », mais comme nécessaire « cristallisation » de l'énergie dans l'unité d'une valeur ou d'une signification : c'est bien parce qu'il y a une signification qui émerge de la relation à l'œuvre d'art que notre identité nous semble reconnue et que l'on fait l'épreuve du « partage du sensible ».

Déjà, en un premier temps, le sujet doit s'accommoder de la contingence de l'objet d'art, de sa présence matérielle et de la pratique qu'elle semble requérir. Le spectateur doit reconnaître (symboliquement) en cet objet, une posture « d'objet de savoir » par le fait même qu'il soit socialement reconnu, posé face à lui dans une logique institutionnelle. Ce « savoir de l'objet » fait de l'objet « l'objet d'un savoir » dont seule l'institution semble détenir la clef. C'est en reconnaissant ce pouvoir de la collectivité, en participant à la mécanique de sociabilité (plus ou moins manifeste selon l'œuvre proposée) que l'énergie psychique est valorisée (et donc camouflée) sous l'identité d'un sujet qui appartient à ce régime. Toute œuvre, nous disaient déjà Kant, mais aussi, à sa manière, Deleuze, implique une communauté : elle implique donc une relative aliénation du sujet à cette communauté et une reconnaissance du sujet comme tel au nom de cette communauté. Il y a là déjà un échange symbolique, sine qua non, qui se trame et qui était alors l'échange suffisant dans la conception grecque et moderne de la médiation culturelle.

Cette opération de reconnaissance est d'autant plus facilitée lorsque l'œuvre offre facilement du sens ; plus précisément, l'échange symbolique est d'autant plus facilité lorsque le spectateur comprend le régime d'art dans lequel s'inscrit l'œuvre et que celle-ci offre des formes saisissables dans le mode de perception dominant dans lequel est inscrit le spectateur. . Ainsi, par exemple, la majorité du public préfère (parce qu'il se sent plus concerné, plus reconnu par) la beauté (au sens kantien) de l'œuvre de Monet, que par la trace « insensée », par la pure matérialité du signifiant, des Bleus de Klein. Le classicisme en Art peut d'ailleurs être défini comme l'ensemble de configuration, de formule, données à un art, pour apparaître de la manière la plus fluide possible auprès de son spectateur ; le mode le plus évident dans un schéma de reconnaissance du sujet à une époque donnée. Ainsi, la représentation, la narration, la signification sont des principes qui sont secrétés par des configurations, des dispositifs, des réseaux qui ont leur répondant psychiques et sociaux ; et c'est leur qualité spéculaire qui les

rend aisément identifiable au spectateur et qui implique une identification et une valorisation « réciproque ». Nous adapterons plus précisément cette problématique au cinéma dans la suite de cette partie de la thèse, néanmoins, nous pouvons donner un bref exemple. C'est toute la différence entre *Citizen Kane* d'Orson Welles (1941), qui joue sur une grande profondeur de champ et qui montre plusieurs actions inscrites dans un même temps, mais dont la séparation spatiale signifie notamment la différence des points de vue – et c'est alors au spectateur de les repérer et de les relier – et le cinéma de Steven Spielberg (pour ne citer que lui) qui va accorder un plan pour chaque action et les relier par le montage. D'un côté, c'est au spectateur de participer à la mise en relation – il est alors hautement reconnu par le film, mais cela implique un réel effort –, de l'autre, le spectateur est conduit par le montage – il est alors nettement moins reconnu, cependant le film apparaît comme « bienveillant ».

Tout le problème esthétique et politique relatif aux classicismes consiste à ne pas céder au pur plaisir de reproduction et de compréhension des normes, mais de maintenir, d'une certaine manière, une distanciation. La signification de l'œuvre esthétique – dans une optique critique et intégratrice –, et plus particulièrement la fiction, repose sur une double distanciation : celle du sujet entre le temps de l'expérience et le temps de la fiction, et celle de l'espace de l'expérience (et de l'appartenance à l'espace public) et l'espace de la fiction du récit. Or, le classicisme tend parfois à réduire les espaces et temps fictionnels aux logiques de l'espace public et réduisent dès lors la distanciation critique.

Dans la structuration mercantile de la médiation culturelle, cette reconnaissance est elle-même induite dans un rapport plus abstrait qui est, précisément, le rapport monétaire. La servitude volontaire du sujet est alors caractérisée non seulement par la valorisation monétaire de l'œuvre qu'il reconnaît dans l'échange monétaire, mais toujours aussi, implicitement, l'attention qu'il alloue à cette œuvre. Cependant déjà, puisque la logique de relation change, les attentes des deux parties sont changées : le sujet n'est plus disposé, dans l'ordre de l'échange, comme sujet « passif », mais déjà comme acteur du procès de valorisation de l'œuvre. Comme si, en quelques sortes, le sujet devait déjà être reconnu comme sujet, et l'exprimer par le don monétaire et d'attention, avant d'être inscrit dans l'ordre du discours qui, précisément, le reconnaît comme sujet ayant ce pouvoir. Ainsi voit-on logiquement se réduire la logique du désir (relative à la subjectivation) à la logique (politique) du *conatus*.

Car c'est précisément le *conatus* qui est manifestement objectivé dans le rapport marchand à la culture. Non pas que la relation désirante ait disparu, mais elle est occultée. Le sujet est

reconnu – dans cet échange esthétique et marchand – comme individu, comme sujet absolument autonome et capable de libre jugement. C'est précisément ce libre jugement du consommateur que la logique économique des « commissions de la concurrence » - institutions qui jugent et régulent les offres ainsi que les positionnements stratégiques des commerces - posent à la fois comme le postulat de la logique économique qu'ils défendent et comme finalité de leurs décisions.

Cela permet de comprendre pourquoi le marché n'intègre pas aisément les « auteurs », les œuvres qui portent une forte dimension réflexive : ces derniers déconstruisent précisément le procès de symbolisation et donc les procédés de valorisation. Il arrive, néanmoins, que le marché les comprenne en son sein en ne conservant de ces travaux que leurs traces, leur caractère formel ; ces « traces » sont alors réinscrites, non pas dans un procès où l'on cherche à analyser leurs significances, mais, au contraire, dans une logique où elles s'intègrent à la chaîne signifiante déjà maîtrisée. Ce qui implique de neutraliser la subversion de ces représentations. Ainsi, par exemple, les images de Nietzsche et du Che tendent à se réduire à n'être que des représentations de contestations juvéniles, que l'on signifie en affichant ces effigies sur des posters ou sur des T Shirts. Ainsi également La Joconde devient l'effigie du savoir-faire artisanal des peintres...

Partant de ce principe, la logique marchande consiste à renforcer la conviction du sujet de bien user de son libre jugement. Il s'agit, d'une part, d'assurer la conviction de son jugement et, d'autre part, de valoriser sa capacité à être force de conviction au niveau social. C'est arrivé à ce niveau abstrait de l'échange que le sujet délègue, d'une part, du « temps de cerveau disponible » et, d'autre part, son énergie canalisée dans un processus de valorisation de l'œuvre et de l'événement esthétique. Il en gagne le titre d'individu distingué ; distingué par sa maîtrise des mécaniques sociales et de sociabilité.

Il est intéressant de comprendre le choc qu'a provoqué l'expression de Patrick Le Lay : ce que vend TF1, c'est du temps de cerveau disponible à Coca Cola. Ce choc est dû non seulement à la brutalité de la sentence, mais également de son caractère « régressif » lorsqu'elle saisie du point de vue du stade de procès symbolique où nous sommes. En effet, le spectateur n'apparaît ici plus comme expert, il n'est pas inscrit dans le régime de sociabilité, il n'est avant tout qu'un cerveau disponible pour Coca-Cola. Nous nous amusons à reprendre cette expression pour bien marquer la différence entre le « don de sa libido » et le « don de cerveau disponible », différence qui permet, nous l'espérons, de saisir l'importante surmoïsation et conscientisation en jeux dans les mécaniques contemporaines d'échange. Si,

dans les deux cas, nous offrons notre plus profonde singularité en échange d'une identité (et, dans le meilleur des cas, une compréhension des logiques de sociabilité), l'expression de Le Lay avoue un terrible « effet de réel » : le cerveau n'est que le réel de ce que l'on symbolise par intelligence et par identité politique. Nous sommes alors dans le pur registre de l'arbitraire, où l'intelligence est mobilisée pour *Coca-Cola* ou une autre entreprise plus offrante, au même titre que selon les postmodernes, la délégation de son intelligence pour une culture donnée est tout aussi violente. C'est que Le Lay comme la plupart des analystes du postmodernes ne s'expriment qu'à partir du point de vue hautement idéal et symbolique de notre stade du procès de symbolisation. La violence de ces sentences provient du caractère absolument arbitraire de l'aliénation des sujets. Mais cette situation apparaît comme violente et aliénante parce que Le Lay montre bien la rupture de la logique postmoderne et du capitalisme tardif avec la logique de reconnaissance symbolique : ces logiques ne reconnaissent pas les dynamiques politiques, symboliques et psychiques de la médiation, mais les réduisent aux dynamiques fonctionnelles et organiques du marché.

Il n'en demeure pas moins que le spectateur, dans un langage économique, accorde réellement du « temps de cerveau disponible » - cette expression n'est qu'une formulation, en termes économiques, de ce que l'on, par ailleurs, nommé le « don de la libido et de l'énergie politique ». Ce n'est donc pas tant l'expression qui est problématique que la signification implicite qu'on lui appose. La manière dont Le Lay conçoit la nature de l'échange est significative de ce que, comme l'a déjà déclaré Jameson bien avant nous, le capitalisme a totalement intégré les logiques culturelles, les logiques symboliques, et les logiques d'échange, tout en veillant à occulter leur source. Du reste, si Patrick Le Lay a rapidement été critiqué, destitué, par l'ensemble des acteurs du système, qui dénie cet état de fait, il n'en demeure pas moins que le marché continue à fonctionner ainsi ; et les acteurs qui ont contribué à la destitution de Le Lay en profitent encore.

Dans ce régime hautement symbolique, dans ce régime de rapport financier d'investissement de la part du sujet, le temps apparaît comme la denrée rare par excellence. Déléguer de son temps, c'est déléguer ce que l'on a de plus cher dans les rapports « horizontaux » (c'est-à-dire dans le plan d'immédiateté et de rapports de pouvoir). C'est donc au niveau de la temporalité que la compensation, que la valorisation, doit avoir lieu. La définition de l'individu distingué, dans la logique temporelle écrasée qu'est celle du marché, est induite dans *l'événement* : le temps délégué, s'il est valorisé comme temps socialement important, temps d'un événement, induit, en retour, une caractérisation de l'individu comme individu singulier, singularisé par sa participation à l'événement.

Néanmoins, l'événement est moins un événement par la « force des choses » (si l'on peut se permettre cette expression maladroite) que par la puissance *performative* des participants. De là nous parlons de subversion du principe de publicité (pour paraphraser Habermas) : c'est la volonté « d'en être » à une situation qui s'annonce comme événementielle qui fait de cette situation un « événement ». Ainsi, par exemple, pour l'avant-dernier Harry Potter, l'invitation à l'avant-première (qui est annoncé comme événement) n'est accordée qu'aux personnes qui ont réussi à parader dans les costumes les plus ressemblants à ceux du film au sein des villes où l'avant-première est projetée ; ainsi, la « volonté d'en être » de ces jeunes spectateurs les conduit à participer à la promotion du film, à l'élaboration dudit événementiel. Leur reconnaissance, par l'invitation, les distingue ; et cet événement « majeur » sensibilise le reste de la population à l'événement (un peu moins majeur) de la sortie du film. La logique même de l'économie des *blogs*, des réseaux sociaux et le développement de la nouvelle logique économique musicale⁵²⁷ s'établissent aussi sur ce principe de « cercle événementiel vertueux (vicié) » où les acteurs du champ imposent une logique événementielle et valorise les spectateurs et usagers qui participent à la valorisation de l'événement. C'est pourquoi nous parlons de puissance *performative* : l'événement est moins reconnu comme tel a posteriori, qu'initié par le discours d'acteurs du champ et reproduit par des usagers qui renforcent ce discours (et qui sont reconnus à partir de ce principe).

Nous voyons bien comment la logique marchande subvertissent procès de reconnaissance symbolique du sujet et le « désencastré ». Cet aplatissement conduit à un rapport horizontal à l'œuvre, à un rapport de force entre les diverses interprétations au sein de l'espace public culturel, des confrontations de *conatus*. L'on voit émerger sur les blogs, mais également dans les recherches sociologiques, un retour à l'indifférenciation des valeurs, à une apologie formelle (car autosuffisante et sans fin) de la diversité des goûts, qui ont néanmoins une forte pesanteur morale en ce qu'elles caractérisent la totalité de l'individu qui les défend⁵²⁸.

⁵²⁷ dont nous avons donné quelques grands points dans la partie I, « iii. Quelques business plans et perspectives stratégiques propres à la logique de flux : l'économie de l'attention » p.185

⁵²⁸ Dans notre posture, nous prenons nos distances à la fois vis-à-vis des défenseurs de la (presque) totale liberté interprétative des individus et qui se rangent souvent sous l'étiquette (ici formelle) de « postmodernes » ; mais aussi vis-à-vis des intellectuels qui défendent une conception « datée » de la culture et du vivre-ensemble, dont le paradigme nous apparaît être le personnage de Finkelkraut – et qui ne sont, somme toute, que le pendant dialectique des « postmodernistes ».

Si nous faisons la critique des logiques postmodernes et du marché, nous devons néanmoins voir qu'elles exploitent d'une certaine manière une problématique que nous devons repérer : celle de la valorisation, de la signification, d'un temps accordé par un spectateur, et l'articulation de ce temps spécifique au temps de la subjectivité du spectateur et à la temporalité sociale. Le marché rompt la temporalité subjective et la temporalité sociale ; l'échange symbolique les relie.

Partant de ce constat, il y a deux perspectives possibles. D'une part, il y a eu une notable décomposition des anciennes puissances idéologiques qui surdéterminaient la reconnaissance des œuvres et des spectateurs. Ainsi, désormais, dans cette chaîne interrompue de signifiants, un accord (même temporaire) est à trouver et celui-ci ne passe que par des processus de discussion. Étape qui, jusqu'à présent était encore occultée dans le rapport de valorisation entre le spectateur et le film. C'est au nom de cette discussion, qui compose la *spectature*, que la « vérité » - c'est-à-dire la compréhension de la logique globale d'entente, de reconnaissance des forces – peut émerger. L'autre perspective est le constat du renforcement des inégalités d'accès à la culture, et du renforcement des inégalités de reconnaissance des sujets, inégalité sublimée dans la logique postmoderne et du capitalisme tardif, par une attention aiguë, une valorisation des individus « équivalents généraux », ou, plus prosaïquement, des individus *leaders d'opinion*, inscrits dans la temporalité continue du marché.

C'est à ce titre que les médiateurs inscrits dans la logique économique et politique de relation symbolique (ce qui n'exclut donc pas des relations de commerce), doivent veiller à l'importance de la sociabilité et offrir des cadres d'expérience qui expriment l'articulation singulier/collectif – là où le marché ne fait que diffuser des objets. La qualité de la médiation ne se résume pas à la qualité de l'objet diffusé et exposé, elle est également à évaluer dans la manière dont on dispose le sujet et l'objet, la manière dont on situe dans un espace et un temps spécifique l'expérience et qu'on l'articule à l'espace et à la temporalité sociale.

De même, si concrètement les échanges commerciaux ne pourront jamais pallier le problème de l'inégalité d'accès, il reste important que, dans le cadre d'une médiation, le sujet soit identifié comme acteur du procès de signification, être reconnu comme participant de l'échange symbolique. C'est pourquoi nous ferons une analyse de l'importance du dispositif dans les prochaines pages et, ultérieurement, nous insisterons beaucoup sur l'aspect médiation / animation de la fonction d'exploitant qui tend trop à se résumer à de la programmation / diffusion. Nous comprenons, pour l'heure, comment et pourquoi la programmation / diffusion est pleinement maîtrisée (mais subvertie) par le marché.

ii. Le « travail du spectateur » : l'investissement des forces signifiantes et les contre-investissements interprétatifs

Nous disions que la relation à l'œuvre est dialectique. Et, déjà dans le passage précédent, nous avons entrevu les renversements d'attente et de rapport de force selon la logique d'échange. Si l'œuvre et le social contre-investissent et canalisent le sujet – c'est-à-dire l'inscrive dans une logique symbolique historiquement et spatialement déterminée et lui confère ainsi une identité historiquement et spatialement déterminée), le sujet et le social participent également d'un processus de contre-investissement de la puissance signifiante de l'œuvre. Autrement dit, une œuvre d'art ou un film, n'est pas un discours univoque qui traverse les époques et les cultures, mais ne prend sens qu'au fil des interprétations (historiquement et spatialement déterminées) de ses spectateurs. Ainsi, valoriser l'expérience esthétique, l'inscrire dans une logique de sociabilité, c'est aussi rendre compte des logiques d'interprétation produites dans un cadre donné et inscrit dans les logiques de sociabilité.

(Il est à noter que c'est précisément à ce titre que Benjamin analysait la perte d'aura de l'œuvre d'art d'une manière de moins en moins « nostalgique », mais, au contraire, tendait, au fil des retouches de son texte, à y voir une distanciation vis-à-vis de l'œuvre, qui, est, par ailleurs, comparable à la distanciation qu'il faut avoir quant à la conception moderne et bourgeoise de l'histoire et quant aux logiques du capitalisme)

Une fois encore, nous saisissons cette problématique dans son déroulement logique et dialectique. Il faut bien garder en tête que les spectateurs sont inscrits dans le dernier stade de ce processus ; leurs perceptions et jugements sont orientés dans la logique de la dernière forme. Seuls les esthètes – dont fait partie notre conception de la « cinéphilie » - font un travail réflexif qui vise à ressaisir la matérialité de l'objet, la production signifiante et allant à rebours de ce procès.

Le procès de symbolisation sur lequel s'applique l'art – de manière réflexive – s'applique lui aussi sur une production – ici signifiante – qui est contre investie par le travail interprétatif du spectateur. La signification représente un système de valeurs qui résulte de ce

processus de substitution, de normalisation, de canalisation de la matière même de l'œuvre ; ainsi,

« non seulement c'est l'effort producteur qui est effacé par le sens (la valeur) cristallisé dans la parole (la monnaie) mais ce sont encore les rapports de production qui se trouvent occultés »⁵²⁹.

La matérialité de l'œuvre, le travail de sa production et les différentes modalités du procès d'échange signifiant sont occultés par une transparence du sens. C'est que le spectateur vise avant tout dans l'œuvre une signification qui ait une portée qui lui paraît générale, une traductibilité générale. L'œuvre est donc saisie sous le prisme d'un principe de systémativité. Du reste, c'est précisément l'importance de cette systémativité qu'a pointée l'enquête sur les différentes « réceptions » culturelles de la série *Dallas*⁵³⁰. Cette œuvre a connu un grand succès dans sa mobilité signifiante ; c'est-à-dire dans sa capacité à traiter de thèmes (et ce, de telle manière) qui permettent différentes interprétations culturelles sans pour autant contrevenir à la logique narrative. Il est à noter que, dans l'esprit du spectateur de *Dallas*, la matérialité des signes, leurs compositions, ainsi que l'imposition d'un système interprétatif, ne sont pas des problèmes qui sont posés à sa conscience, puisque celle-ci, par « automatisme » s'inscrit directement sur le plan symbolique de transparence du sens, c'est-à-dire d'aliénation de l'objet compensé par le sens.

Cette propension de l'esprit humain à la spéculation, cette capacité à insérer une logique symbolique sur un objet, Kant l'a déjà pointée précisément dans l'émotion du sublime. En effet, le sublime, qui s'applique dans les situations qui dépassent totalement l'imagination, c'est-à-dire qui dépassent la faculté de saisir en un tout le donné, est un sentiment à la fois désagréable et agréable ; désagréable parce qu'il montre la finitude « matérielle » de l'être humain ; agréable en ce qu'il montre la capacité de l'esprit à intégrer et à maîtriser des données qui dépassent très largement ses capacités physiques. Ainsi, même les dimensions les plus effrayantes de la nature – c'est-à-dire de ce qui caractérisait alors le réel – peuvent être saisies dans une activité symbolique, et donc, perdre de leur caractère effrayant et incompréhensible. Le beau est une même mécanique symbolique, cependant elle s'inscrit plus aisément, de manière plus fluide, dans l'espace des valeurs, dans le stade le plus développé du procès de symbolisation. Le beau a, normalement, intégré toute la logique de production, qui transparaît dans le jugement ; c'est pourquoi, à ce sujet, Kant évoque la gêne, lorsque, suite à l'émotion suscitée par le chant mélodieux d'un oiseau, le sujet s'aperçoit qu'il s'agissait de l'œuvre d'un sifflement d'un homme. C'est tout le procès de symbolisation – aboutissant au jugement de

⁵²⁹ Goux J.-J., *Marx, Freud...*, op.cit., p.133

⁵³⁰ Ang I., *Watching Dallas : Soap Opera and the melodramatic imagination*, Methuen, Londres, 1985

goût et) son partage en vue d'un sens commun – qui perd son assise et donc, sa logique. La preuve d'un engagement souvent très rapide dans le procès d'échange du sens commun et d'une ignorance de la production et de la matérialité de l'objet.

L'œuvre est déjà un objet, un donné. Un élément du réel, une production sur le réel ; à la fois trace d'une production, et signe de l'activité symbolique de l'humain. Mais cette trace n'a pas de valeur *per se*. La logique de signification, qui est une logique de circulation de sens, implique de subtiliser ce « corps », cette matière, à travers différents codes et mesures interprétatifs. Le sens camoufle, par la parole, la matérialité et la contingence de l'écriture ainsi que la productivité spécifique de l'écriture. Du reste, c'est ce que la vulgate reproche à l'art contemporain : l'on peine à trouver un discours – qu'on qualifie vulgairement de « concept » - dans la présence de pure matérialité comme, par exemple, la peinture abstraite ; c'est que l'on situe mal le discours, puisqu'il ne se trouve pas dans la représentation même, mais dans la réflexion sur le processus de production de l'œuvre (ce qui est bien différent). De même, l'on cherche souvent à interpréter le discours d'un cinéaste dans les thématiques de la narration là où il apparaît que, parfois, il s'agit d'une réflexion sur les conditions d'expression cinématographique (c'est à ce titre que Godard a peu à peu perdu de public). L'inconscient de l'art est précisément ces deux éléments occultés. Nous privilégions dès lors le travail abstrait du sens.

La première centralisation de la valeur est *l'auteur*. C'est à la fois le sujet qui a produit l'objet dans un processus symbolique, mais également la fonction symbolique à l'œuvre dans l'objet qui canalise la signification. C'est que la question de la relation entre l'objet symbolique en tant qu'objet d'art avec l'objet réel, où la question même de la différence entre chose signifiée et chose signifiante est déjà intégrée et camouflée par la fonction canalisatrice d'auteur (c'est-à-dire la fonction de cristallisation de la signification). Il est responsable d'une approche analytique et déterminative des signes, de la configuration de signes générant du sens.

Du reste, cela explique les dérives interprétatives « psychologisantes » de la part de quelques chercheurs et spectateurs. Si nous parlons de dérives, c'est parce que l'on occulte alors à la fois l'objet et la production symbolique au profit d'une interprétation basée sur des abstractions. L'on tend alors à sur-déterminer l'organisation des signes, puisqu'ils sont déjà déterminés par un auteur qui lui-même apparaît comme déterminé par une « pathologie » apposée par l'interprétant. Inversement, Cavell invite, au sujet du cinéma, à aller au rebours de ces dérives et interroge d'une part la dimension collective de l'auteur (scénaristes, chefs

opérateurs, etc., à l'œuvre...) et, d'autre part, celle de l'interprétant – mais aussi comme outil pour « l'auteur » - à savoir, en premier lieu, la question du « genre ». C'est que le « genre » du film est un pseudo cadre normatif (pseudo parce qu'en incessante évolution et impliquant une dimension réflexive de la part des usagers de ce cadre) propre au mode expressif même, c'est-à-dire consacrant tant que possible l'objet, sa matérialité et sa production. Cavell invite d'ailleurs à penser ces « catégories » en fonction de la logique même de production cinématographique, c'est-à-dire « l'automatisme ». Du reste, l'on pourrait dire que ce qu'il critique dans les grands développements du rapport symbolique au cinéma, de l'évolution de la valorisation du cinéma, implique désormais non plus une reconnaissance des problématiques de « l'automatique » à l'œuvre dans le film même, mais inversement, une sorte « d'automatisation » des usages et du regard des spectateurs (ce qu'il exprime dans sa nostalgie du caractère « anarchique » des séances).

Le deuxième plan de mise en évidence de la valeur (et de la signification) est la capacité de l'objet (et de son « auteur ») à s'inscrire dans la systémativité du *sens commun*, à s'inscrire dans une logique interprétative de l'espace public, de l'espace de sociabilité. C'est alors ici le résultat du jugement de goût le plus élémentaire et dont on voit le caractère arbitraire, contingent et historique dans l'enquête sur les différentes réceptions de *Dallas*. L'œuvre et le discours de l'auteur sont aliénés, occultés, par la valeur « universelle » (considérée comme telle par le spectateur), échangeable, compréhensible, du signifié. C'est ce que, dans un mésusage, l'on évoque vulgairement lorsque l'on s'interroge sur le « concept » d'une œuvre. Si le spectateur cherche un pareil « concept », c'est parce que lui et l'œuvre sont inscrits dans un dispositif, ils appartiennent tous deux à l'espace public, l'espace de sociabilité ; il s'agit de comprendre la logique de cette contingence. D'autre part, rappelons-le, le sujet est lui-même « canalisé », contre-investi, par l'objet (c'est-à-dire inscrit dans un échange symbolique déterminé, dans un certain « partage du sensible »), les discours agrégés autour de cet objet ; le sens doit donc être une compensation par le sujet, et, en quelque sorte, pour le sujet afin qu'il soit lui-même inscrit dans l'espace identitaire de sociabilité.

Le sens n'est, par ailleurs, pas seulement une construction symbolique collective, mais aussi une construction « individuelle » ; du moins, elle apparaît comme telle aux yeux du sujet singulier. L'œuvre est alors totalement aliénée à l'hyper-contingence (celle du jugement d'un sujet qui lui-même interprète un régime de l'art et une logique de sociabilité spécifiques), l'hyper relativité du jugement de goût (puisque ce jugement est relatif à l'hyper-contingence et non pas à une activité critique) et de l'interprétation du spectateur dans sa dimension singulière. Cette violence faite à l'œuvre est le propre de la période contemporaine et se

trouve être beaucoup théorisée ; depuis De Certeau, il y a eu les travaux de Jullier, de Staiger, etc., que nous avons déjà pointé plusieurs fois. C'est que l'œuvre ne devient plus qu'un signe de l'identité du spectateur, trace mobile et échangeable non plus du discours d'un auteur, mais aussi du discours de l'individu qui le fait circuler. Il est à noter que les discours et jugements propres à ce stade du procès de symbolisation posent moins la question du symbolique que de l'imaginaire ; autrement dit, non seulement on a progressivement occulté la puissance du signifiant, au nom d'un signifié qu'est la parole d'un auteur, puis la logique de l'espace public, mais, en outre, cette articulation signifiant/signifié ne devient plus que le signifiant interchangeable d'un signifié absent qu'est le *conatus* du sujet-individu. C'est la dimension formelle de l'œuvre qui est consacrée puisque sa « substance » signifiante – son « signifié » - est positionné dans un autre cadre normatif qui est celui du *conatus* et des rapports conflictuels entre les *conatus*. Cette évolution logique n'a pas été pointée par Kant qui, lorsqu'il évoquait les accords sans médiation d'un concept dans le *sens commun*, pensait qu'il se ferait à l'aune du symbolique et non de l'imaginaire.

iii. L'impact de l'idéologie sociale, impact sur l'idéologie ; la question du dispositif

Trois « appareils » sont en jeu dans le procès de valorisation et de signification de l'expérience de la médiation culturelle. Nous venons de voir la logique dialectique à l'œuvre dans le processus d'investissement / contre-investissement (déterminant une identité et une signification contingente) du sujet et de l'œuvre, et nous avons alors entrevu des rapports avec la sociabilité, notamment à travers le *dispositif*. Il s'agit du cadre matériel et du cadre symbolique dans lequel on expose l'œuvre d'art. Le dispositif est alors un cadre réel d'exposition de l'œuvre, un cadre imaginaire qui donne sens aux représentation et un cadre symbolique qui définit une pratique et relie le spectateur à l'œuvre (ainsi que le spectateur aux autres spectateurs).

Il est important d'éclaircir un peu ce point. Il s'agit de comprendre comment la sociabilité permet les différents contre-investissements, comment elle est elle-même inscrite et investie. Ce faisant, nous comprendrons un peu mieux la dimension critique possible d'une expérience esthétique et les conditions de possibilité d'une pareille critique.

D'une part, le dispositif pose *de facto* la problématique du « partage du sensible », c'est-à-dire que, dans la manière de disposer les sujets et l'objet, il exprime déjà, d'une certaine manière, les logiques de sociabilité. En effet, le dispositif n'est pas que la constitution d'un cadre pragmatique de « réception » ; il institue la logique symbolique de relation à l'objet. Mieux, il l'institue comme objet d'art, comme œuvre, et institue le sujet comme sujet de l'expérience culturelle et artistique. Ainsi, il faut prendre en compte la configuration de l'œuvre, l'interprétation du sujet, mais également les mécaniques institutionnelles, les configurations sociales qui impliquent la relation esthétique. C'est précisément la critique du dispositif que font certains cinéastes et certaines séances de cinéma (dont le fameux *Rocky Horror Picture Show* – dont les séances subvertissent les pratiques usuelles du cinéma et consistent à reproduire dans la salle ce qui se passe à l'écran), mais aussi dans d'autres « disciplines artistiques » : *4'33''* de John Cage (1952), pièce musicale à la durée standard d'un morceau de musique, mais caractérisée par le silence ; l'œuvre de plastique de Duchamp qui interroge la caractérisation de l'art par son lieu d'exposition ; la logique des performances artistiques et du théâtre postBrechtien – dont le théâtre postdramatique de Robert Wilson⁵³¹ - qui « implique » le spectateur dans le dispositif du spectacle...

Le dispositif, mais également la logique institutionnelle, canalisent dès lors les investissements des sujets la valorisation des objets. Ils imposent une forme de relation contingente du sujet à l'objet et « forcent » en quelque sorte l'interprétation en ce sens que l'institutionnalisation de l'objet en œuvre implique une pré-interprétation. Le dispositif, quant à lui, implique un certain nombre de processus et de procédures qui exercent une influence sur la manière même dont l'artiste produit l'objet. C'est notamment toute la différence entre la vidéo et le cinéma, où le dispositif vidéo a permis aux artistes un certain nombre d'exploration sur l'expression audiovisuelle sans passer par le dispositif de la projection cinématographique.

Ainsi, avec le dispositif, ce sont les problématiques d'expressivité qui sont engagés, mais également les problématiques de « réception », de sociabilité, problématiques renforcées par les logiques institutionnelles.

⁵³¹ « Le théâtre « postdramatique » consiste plutôt à faire évaporer tel ou tel autre aspect de la partie, de manière tellement anti-conventionnelle (dans le meilleur des cas) que le spectateur pensera avoir perdu, du même coup, le cadre du spectacle en général. Mais en réalité le spectateur reste tel : il observe depuis l'extérieur cette rhétorique de travail radical sur la partie ; et de même, le spectacle reste tel : il observe ce qu'est une « partie », en la déconstruisant depuis l'intérieur », in. Tore G-M, « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », in. *Nouveaux actes sémiotiques*, publié en ligne le 12 juillet 2011, disponible sur : <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=3951>, consulté le 10 août 2011, p.17-18

Si l'espace public est déterminant dans l'interprétation et dans la reconnaissance de l'identité du sujet, c'est que l'espace public culturel est lui-même engagé dans le procès de médiation. En effet, c'est précisément la sociabilité qui est la visée de cet engagement. Loin d'une conception purement utilitariste, il faut comprendre que les sujets font l'expérience des problématiques d'expression / interprétation et des logiques de sociabilité ; et si cette expérience est canalisée par des mécaniques de contre-investissement, si cette expérience est valorisée et signifiante dans l'échange symbolique, elle n'en est pas pour autant définitivement et absolument déterminée.

Par ailleurs, le lieu même où est exposé l'objet, le lieu même où l'institution consacre l'expérience esthétique, ses sujets et ses objets doit être qualifié. Il doit être distingué des espaces publics en un caractère d'hétérotopie, d'espace autre. C'est précisément l'objet de l'article-conférence éponyme de Michel Foucault que de caractériser les traits qui configurent un espace en hétérotopie. Il y a un point qui nous semble particulièrement important : la dimension imaginaire du lieu. Par l'imaginaire qu'il véhicule, il objective déjà plus ou moins bien, de manière plus ou moins fluide, plus ou moins riche, la logique symbolique qui est à l'œuvre en son sein. C'est ainsi que très vite, lorsque le cinéma commençait à être reconnu, on a vu émerger des « ciné-palaces »⁵³², dont l'architecture étaient des invitations au rêve et à l'exotisme tels que perçus par la bourgeoisie d'alors versus les appareils purement fonctionnels des salles plus prolétaires.

De même, dans une période bien plus contemporaine, par exemple, *La Friche Belle de Mai*, à Marseille, espace de diffusion d'expressions artistiques alternatives se présente comme un ancien site industriel réhabilité, ce qui conduit à voir une analogie entre la logique symbolique du lieu et la logique des expressions artistiques qui y sont défendues :

*« il s'y joue un rapport complexe entre une indispensable structuration et la nécessité qu'elle laisse toujours place à une part, fondamentale, d'indétermination. (...) Il nous faut donc poursuivre un développement dans un cadre qui continue de permettre l'indétermination, qui ouvre d'autres champs de formulations et qui conforte ce que nous avons pu découvrir, inventer, fonder »*⁵³³.

Le site, dans son architecture et dans le discours qui est véhiculé, exprime déjà ce qu'il contient, à savoir l'émergence d'une écriture autre, d'une « innovation » versus la détermination utilitariste première du lieu.

⁵³² Gaumont-Palace à Paris en 1911, Monopole-Pathé à Marseille en 1907, des exploitations indépendantes dans les quartiers riches de Lyon en 1908...

⁵³³ *Le projet Friche* sur le site Internet du lieu : http://www.lafriche.org/friche/zdyn1/rubrique.php?id_rubrique=25, consulté le 3 septembre 2011

Un dernier point à noter au sujet des problématiques imaginaires liées aux sites est précisément l'importance accordée aux sites Internet. En effet, comme nous l'avons déjà pointé à propos du jeune public, le site Internet est un outil extrêmement puissant. Il ne fait pas que transmettre des informations sur les activités du lieu, sur les objets qui y sont mis en exposition – par exemple, la programmation de films dans le cas de salles de cinéma - ; ils ont également une fonction « analogique » (pour reprendre l'expression de l'école de Palo Alto), c'est-à-dire qu'ils participent à un travail de relation entre le lieu et le consommateur (plus qu'ils ne veillent à transmettre des informations). La manière dont le site Internet est constitué donne déjà un aperçu de l'imaginaire qui est véhiculé par le lieu et donc, implicitement, des rapports symboliques qui s'y trament. Ainsi, par exemple à Lyon, si le *Comoedia* offre une filmographie plus large et un confort de salle accru et attire ainsi plus de public que les CNP, l'on remarque, en parallèle que le *Comoedia* offre un site Internet complet qui valorise aussi bien les films que le lieu, tandis que les autres...n'ont même pas de site Internet !

Le dispositif est situé dans un espace donné et articule l'expérience à cet espace. Il y a, à ce titre, une grande importance à accorder à la manière dont le dispositif s'inscrit esthétiquement dans l'espace, ainsi que la manière dont il s'articule avec la politique urbaine.

C'est parce que les expériences artistiques permettent de comprendre les procès de symbolisation et donnent une intuition des logiques de sociabilité, que les sites de « performance » artistique (au sens anglais) ont un impact dans une politique locale. Ils sont lieux de sociabilité et expriment la manière dont la localité conçoit l'art et la sociabilité. Ainsi, il est bien différent d'établir un cinéma *art et essai* ou un multiplexe, il est également bien différent de favoriser la diffusion du patrimoine cinématographique et de demander au multiplexe de diffuser des opéras filmés. De l'un à l'autre, c'est toute une conception du cinéma, mais aussi de l'art et de la subjectivation qui diffèrent.

Du reste, nous voyons la logique d'investissement politique se transformer – ou plutôt se radicaliser – ces dernières années, où, à l'image de ce qui se passe au niveau du spectateur, la médiation culturelle est saisie sous son angle de fonctionnalité et de consommation. Il s'agit moins d'investir sur l'intuition de la sociabilité par les sujets locaux que sur des événementiels, des festivals, qui augmentent la visibilité (et peut-être l'attractivité) de l'espace urbain. Dès lors, c'est moins l'art et la médiation qui sont valorisés, que leurs valeurs présumées qui sont exploitées en vue de signifier la valeur de l'espace public.

Dès lors, un « dialogue de sourds » s’instaure entre les acteurs du champ de la médiation et les élus⁵³⁴ : les premiers défendent une relative autonomie et ont une rationalité engagée par l’espace public cinématographique, les seconds défendent une exploitation politique de la médiation, dans une rationalité appartenant au champ politique. Et cette séparation se révèle tout autant problématique pour les différentes parties puisque la médiation devient spéculative, non plus animée par une logique de sociabilité mais par une logique formelle du champ (par exemple, dans le domaine du cinéma, le classement interne de salle, leur catégorisation qui aboutissent à des logiques de rente et de programmation ne répondant pas à une demande locale), et la logique même de l’investissement de la part des élus n’est plus rationalisée, mais inscrite dans une logique de plus en plus relative au champ politique (volonté personnelle, reprise d’un dispositif efficace en vue de satisfaire les électeurs...).

Cependant, par effet de distanciation, le dispositif exprime les logiques idéologiques d’une sociabilité, et les met à l’épreuve dans la sociabilisation des spectateurs. Il y a, dès lors, un espace où peut se faire la critique de l’idéologie. Comme nous l’avons évoqué, le sujet, chez Marx, doit être saisi dans sa condition historique, c’est-à-dire dans un contexte déterminé et déterminant qui est une rationalisation de pratiques productives et d’usages, et qui sont référentiels pour les sujets. Cela s’applique aussi pour les dispositifs, les objets, la perception, les élus, etc. Par force d’accords implicites, une logique culturelle peut devenir dominante. C’est la base même de la logique idéologique que nous avons également évoqué dans l’introduction de la première partie.

Cette logique n’est pérenne que tant qu’elle est reproduite. Et les acteurs de la sociabilité participent à la fois de la reproduction de cette idéologie ; mais aussi à ses évolutions, changements. Le principe même de la praxis n’est pas un déni de l’idéologie, mais une forme de réflexivité qui conduit à une compréhension de l’idéologie de son action et qui permet, éventuellement, une transition idéologique si le contenu de la praxis est largement partagé.

Ainsi, le rapport idéologie / sujet de l’idéologie n’est pas inductif et unilatéral, mais est bel et bien un rapport dialectique. Du reste, cela explique pourquoi Marx rappelait qu’il n’attaquait pas personnellement les dirigeants et exploitants, puisque eux mêmes sont « victimes », sont des pantins, du schéma idéologique d’exploitation de l’homme par l’homme. Il y a des

⁵³⁴ Nous avons déjà évoqué ce problème dans l’introduction de la première partie, mais également dans la deuxième partie où nous reprenons une analyse détaillée de Claude Forest portant sur les logiques d’investissement dans le champ de l’exploitation par les élus de différentes municipalités.

rétroactions qui renforcent l'idéologie (ou, au contraire, tendent à sa destitution progressive au nom d'une autre idéologie).

L'idéologie est engagée dans sa logique symbolique et a un réel impact tant que son objectivation par l'imaginaire reste communément partagée. Ainsi avons-nous remarqué qu'une idéologie spécifique peut exploiter des imaginaires « extérieurs », « étrangers » et se renforcer. C'est l'objet de notre interprétation de l'enquête *Watching Dallas*, mais c'est aussi ce que nous entrevoyons, à la suite de Frédéric Martel, dans la manière dont certaines industries culturelles (notamment l'Égypte) exploitent des signifiants américains en vue de développer un discours et une symbolique arabe⁵³⁵.

Les possibilités techniques liées aux NTIC et la globalisation des échanges ont fini par subvertir la logique symbolique propre à la médiation culturelle puisque les échanges sont principalement des transferts de signifiants, diversement exploités et interprétés, qu'un dialogue interculturel – qui implique, quant à lui, l'apprentissage, la reconnaissance, la compréhension de la logique symbolique d'où ressort l'objet d'art.

Il y a également, des œuvres qui posent au sujet, de manière différente, des problèmes d'interprétation. Il s'agit d'œuvres qui interrogent l'idéologie et la logique symbolique d'une manière si spécifique et localisée qu'elles sont difficilement compréhensibles et interprétables pour les sujets. Ainsi, en est-il, des œuvres qui font des jeux de langages, mais aussi des œuvres qui impliquent une très forte connaissance d'imaginaire et de symbolique, notamment le cinéma de Jean-Luc Godard – et plus précisément son *histoire(s) du cinéma* -, mais aussi, dans un autre domaine, l'œuvre de Matthew Barney⁵³⁶ – qui relie l'imaginaire américain postindustriel avec les mythologies grecques. Ces œuvres non seulement ne participent plus d'une critique du procès de symbolisation, mais, au contraire, tendent à renforcer la logique (arbitraire, historiquement contingente) des procès d'institutionnalisation, qui s'établissent sur l'exclusion des sujets ne comprenant pas les références. C'est dire la complexité des rapports entre idéologie (et son imaginaire) et institutions (comme lieu d'enracinement du pouvoir).

⁵³⁵ Martel F., *Mainstream*, op.cit. Fin de la partie 2.

⁵³⁶ Matthew Barney est un plasticien américain contemporain connu notamment pour son cycle de vidéos *Cremaster* (1994-2002) où il articule imaginaire contemporain (course automobile, plastique, Chrysler Building, indifférenciation des sexes) et imaginaire greco-romain, problématisant la notion de *cyborg* et son rapport avec l'Histoire.

iv. Le marché et les dispositifs de jugement

Le marché ne participe pas de la sociabilité ; il l'exploite. Pour le dire autrement, le marché de la culture ne contribue pas à une démocratisation de la culture, mais valorise, à sa manière, les mécaniques en jeu dans la médiation culturelle. La sociabilité est le moteur de la valorisation. Nous l'avons vu notamment – en reprenant les travaux d'Alban Martin - dans la manière dont les NTIC créent des agrégations de valeur, des plus-value, à l'expérience esthétique. Nous avons aussi vu comment, malgré elles, les salles art et essai tendent à faire la même chose, notamment par les effets d'injonctions surmoïques. Être contre le marché ne signifie absolument pas ne pas être dans la même logique que celle du marché. Au contraire, nous devons en comprendre le fonctionnement pour proposer une alternative.

Le marché intègre les logiques idéologiques, les logiques institutionnelles et les logiques d'investissement / compensation en les valorisant selon différents systèmes de référence. C'est l'objet même du livre de Lucien Karpik, sur l'économie des singularités, que de définir les différents registres de valorisation par le marché, tels qu'ils sont exprimés par l'intermédiaire des dispositifs de jugement⁵³⁷.

Le travail de Karpik est particulièrement saisissant pour nous, parce que la manière dont il pose sa problématique de départ est absolument significative de la manière dont le marché et les consommateurs se situent vis-à-vis de la médiation culturelle. Loin d'être inscrits dans la logique que nous défendons, ils partent au contraire dans l'autre sens, séparent la logique de marché et celle de médiation en établissant et exploitant des appareils répondant à la question « comment choisir un bon produit ? ». Il s'agit donc de poser des identités (de sujet et d'objet) déjà connues – comme si elles étaient immuables et indépendantes ; les différents dispositifs sont alors des définitions (ou des confirmations) de l'identité des objets. C'est donc tout le processus de subjectivation qui est ici occulté, au profit de la pure positivité des identités. Par ailleurs, de manière tout à fait imaginaire, ce sont dès lors les dispositifs qui représentent, *per se*, la sociabilité, et apparaissent comme différents référentiels de sociabilité.

Cela pose des problèmes au sujet en ce sens qu'il doit avoir la compétence de juger quel serait le meilleur dispositif de jugement à exploiter en vue de voir le meilleur film : il est inscrit dans une logique instrumentale et consommatrice – c'est pourquoi Karpik parle de « rationalité » - qui ne correspond absolument pas à une approche interprétative et symbolique. C'est à partir de ce point que le marché se « désencastre » - c'est-à-dire tend à ne

⁵³⁷ Karpik L., *L'économie des singularités...*, op.cit.

prendre en compte que sa rationalité spécifique et à l'imposer aux institutions - et se sépare définitivement de la logique élémentaire de médiation et conduit à situation de « frivolité de la valeur » (esthétique). En effet, leurs fonctions n'est pas de constituer une « information parfaite », de transmettre fidèlement à l'objet l'information au consommateur, puisque, au contraire, ils construisent une relation ternaire, où ils cherchent eux mêmes à se valoriser auprès du consommateur par le truisme de leur manière de valoriser l'objet. C'est à ce titre qu'il faut saisir le problème dans son ensemble : la publicité, le e marketing, les nouvelles formes d'offres, les stratégies métiers, les critiques, etc., participent tous de cette logique désencastrée. Et, plus encore, que la spécificité d'une stratégie, d'un point de vue, il est important pour nous de s'intéresser à la transition, à ce qu'engage le changement de paradigme.

Le marché étalonne les objets et les sujets, mais il le fait de telle sorte qu'il semble respecter les logiques de subjectivation, ainsi que la logique de pluralité. C'est ainsi qu'il s'enracine. En effet, d'une part, le marché et ses dispositifs de jugements – ce que nous appelons, les deux saisis ensemble, le *métamarché* – offrent des produits symboliques et des représentations qui ont une influence sur les objets et sur la perception que les sujets portent sur ces objets. En même temps, le marché est opératoire lorsque la « réception » du consommateur elle-même contribue à enrichir ces représentations, ces qualifications d'objets ; parfois même, ces contributions des consommateurs sont réintégrées dans le processus de qualification de l'objet par le marché, notamment à travers l'intermédiation et les box office. La logique de pluralité, de pseudo contingence matérielle, est elle-même saisie et nivelée par le marché et ce, de plusieurs manières. D'une part, par la multiplication des dispositifs de jugements, avec des logiques bien différentes, d'autre part, par la logique de catégorisation de l'objet qui tend à laisser croire en la détermination de sa singularité à travers plusieurs notions agrégées qui peuvent apparaître comme autant de « valeurs » selon les consommateurs⁵³⁸. Cela a évidemment une incidence sur le consommateur lui-même, qui doit légitimer sa démarche, la rationalité à l'aune de ces principes. Et rappelons-le, l'injonction surmoïque propre à beaucoup de salles art&essai s'inscrivent dans le même processus de qualification⁵³⁹.

⁵³⁸ voir l'exemple des sites de commerce et de critiques de film à la fin de la deuxième partie. Cf « iii. L'articulation institution / esthétique dans le discours critique et sa subversion dans les commercialisations connexes : la « torpille » de l'intermédiation », p.481

⁵³⁹ Voir le schéma en annexe. Nous ne développerons pas plus ici la logique des différents dispositifs. Nous nous y attarderons plus précisément dans notre critique du champ cinématographique.

Tous ces éléments sont d'autant plus importants – et Karpik le souligne suffisamment pour que l'on garde cela en tête – que la logique de concurrence porte moins, ici, sur les prix que sur les *qualités*. Cela montre à quel point le marché a réussi à compenser l'aliénation des sujets et des objets, mais, en outre, l'occultation totale de toute la logique de valorisation, au profit d'une horizontalité, d'une « transparence du sens » (pour reprendre la formule de Jean-Joseph Goux).

Il ne s'agit pas d'être paranoïaque. Si le marché est devenu aussi intégrateur et complexe, c'est parce que ses divers acteurs (y compris ceux qui s'en croient exclus) posent les problèmes propres à la médiation culturelle, mais les traitent à l'aune des logiques de marché. C'est pourquoi, bien que nous fassions une critique de l'économie politique de la médiation culturelle en générale, et cinématographique en particulier, il ne s'agit pas de penser contre le marché ou, du moins, contre ses acteurs.

Il faut comprendre que la fonction de médiateur est également « verticale » (c'est-à-dire qu'elle intègre l'historicité, les différentes logiques historiques et logiques) et doit impliquer et objectiver les différentes strates du procès de symbolisation. Autrement dit, il participe – même si ce stade est occulté – de l'exergue de la matérialité de l'objet et de son exposition, mais, en outre, il est lui-même un élément de jugement, un dispositif de jugement. Les remarques que nous avons disséminées tout au long de la deuxième partie montrent à quel point les exploitants se concentrent tout particulièrement – voire exclusivement – à cette fonction d'agent de jugement, dans la manière dont ils conçoivent leur fonction comme celle de programmation.

Ce faisant, nous avons compris que la praxis de l'exploitant – comme de tout médiateur culturel - doit prendre en compte toutes les logiques, toutes les strates de valorisation, qui s'opèrent dans le rapport œuvre / spectateur / société. Ce n'est que la réhabilitation des différents niveaux logiques qui permette une possibilité d'expérience esthétique « pleine » pour le sujet. Et, pour avoir de la visibilité, pour que le médiateur soit perçu comme ayant une présence au niveau social, il propose un système de valorisation qui soit compatible avec celui du marché ; il doit être à la fois sur un retour à la matérialité de la médiation culturelle, mais aussi se situer dans la logique de marché. Il s'agit de trouver une place dans les dynamiques fonctionnelles et organiques du marché, sans occulter les dynamiques politiques et symboliques de la médiation. Le marché, nous l'avons vu, excelle dans une logique de diffusion, mais les exploitants et les médiateurs peuvent se singulariser et se valoriser dans une logique d'échange symbolique, en manifestant clairement l'importance

de la sociabilité et de la part du spectateur dans le procès de signification. Cela implique de revoir les processus d'accompagnement fait par les médiateurs – processus qui accorde trop d'importance à l'œuvre et pas assez au travail d'interprétation, et que le marché a subverti ; du reste, l'on peut poser des questions essentielles en regardant un film des plus banal et, inversement, ne rien comprendre du tout à un film pourtant pertinent (et, par là même, rendre l'expérience au mieux peu signifiante, au pire « violente » pour le spectateur). C'est un problème que nous avons déjà pointé à propos de l'accompagnement du jeune public, et que nous allons, dans la deuxième moitié de cette partie, élargir à l'ensemble du public.

Avant cela, nous souhaiterions finir ce parcours critique par une distinction entre la valeur d'usage, la valeur d'usage symbolique et la valeur d'échange, dans le procès d'échange esthétique. C'est en les distinguant que l'on peut établir les différentes manières de valoriser l'expérience esthétique et la médiation : les logiques de marché se consacrent principalement à la valeur d'échange, tandis que les logiques économiques qui articulent esthétique et politique créent des conditions de possibilité, dans le cadre de l'échange symbolique, d'émergence de valeur d'usage esthétique.

En effet, dans ces rapports d'investissement / contre-investissement impliqués dans les jeux entre le psychique, le social et l'objet, des valeurs émergent. Si, usuellement, nous ne comprenons la valeur que sous son sens marchand, c'est-à-dire si l'on ne se porte que sur la valeur d'échange – c'est-à-dire que l'on se situe que dans la logique économique de marché –, il faut comprendre qu'en-deçà sont occultées au moins deux autres valeurs : la valeur d'usage esthétique, qui caractérise le travail du spectateur et la valeur d'échange symbolique, qui caractérise la production signifiante de l'artiste et de l'objet. Au final, la valeur d'échange marchand n'est qu'une forme de caractérisation du social dans les économies libérales.

La valeur d'usage esthétique est finalement l'articulation entre le plaisir du spectateur et son inconscient et au lien entre dimension symbolique du film et dimension imaginaire. Elle est l'objectivation symbolique de la compréhension des problématiques symboliques et de la réflexivité. Stanley Cavell l'évoque implicitement dans ce que l'on appelle le *kairos cavellien*, dans la démarche de « saisie du moment où tout bascule » ; saisie qui implique une identification attentive de l'objet et des problématiques d'expression qu'il engage. Derrière l'imaginaire de l'objet se pose une question symbolique, une problématique apposée à au moins une des strates du procès de symbolisation. Il y a une problématique analogue au sein même du psychisme du spectateur et à laquelle il peut ou non se confronter.

Plus le spectateur vise à réduire son contre-investissement sur l'objet (c'est-à-dire, moins il se porte comme seul garant de la signification), plus il se confronte à l'articulation imaginaire / symbolique au sein de l'objet. Autrement dit, plus il prend conscience d'une distance symbolique entre lui et l'objet, plus il peut comprendre son expérience comme une expérience critique et entrevoir, dans son expérience, un point de vue qui ne correspond pas au sien, mais dont la connexion entre les deux fait émerger une signification nouvelle. Ce faisant, il peut dès lors appliquer une réflexivité similaire sur les structures sociales et psychiques. La définition élémentaire de l'esthète – et donc du cinéphile – réside en cette démarche. La valeur esthétique d'un objet est donc évaluée en contingence des dispositions plus ou moins réflexives du sujet qui l'évalue. D'abord dans la satisfaction que l'œuvre apporte. Mais la valeur peut aussi – ensuite – être évaluée selon la propension de l'expérience esthétique à permettre d'avoir une expérience nouvelle, en résonance avec l'expérience usuelle et une meilleure compréhension de soi. Dans le cas où l'expérience permet une profonde réflexivité, l'on peut parler alors « d'esthétique pleine »⁵⁴⁰ - il s'agit, alors, d'une articulation entre savoir et désir.

Cette expérience artistique est relative au dispositif et confronte ainsi plus ou moins directement l'utilisateur aux problématiques de sociabilité. C'est ainsi qu'un concert de rock peut avoir une plus grande valeur esthétique pour ses spectateurs qu'une exposition : la sociabilité est, dans le premier cas, particulièrement visible, valorisée. Mais, en ce sens, il s'agit moins de la valeur d'usage esthétique, que déjà la valeur d'échange symbolique qui est déterminante ici. En effet, la valeur d'échange symbolique articule la culture et le savoir à la place qu'occupe le film dans la représentation et dans l'expression des identités politiques. Cette valeur s'apprécie notamment dans la propension de l'œuvre à exprimer, voire à générer, des liens symboliques de sociabilité. Ces deux valeurs sont donc conjointes.

La valeur d'usage esthétique est, en revanche, déterminée lors d'une mise en circulation de l'expérience esthétique. Il partage plus ou moins bien, pendant l'expérience esthétique, la spectature, sa « grammaire interprétative » avec celle des autres acteurs de l'expérience et trouve, peut-être l'intuition d'une sorte de sens commun kantien, une Spectature. S'il l'éprouve, alors le sujet pense déjà que l'expérience a une haute valeur esthétique. C'est lors de ce que l'on a nommé le « retour au monde », lorsqu'il revient dans l'espace public, que le spectateur confronte son expérience à l'espace public et à ses acteurs de sociabilité. Il confronte alors son *point de vue*, c'est-à-dire la co-construction de

⁵⁴⁰ En renvoi à la « parole pleine » chez Lacan.

l'énonciation et de l'expérience, à d'autres *points de vue*. Ce point d'arrêt, qui conduit à un rapport « horizontal », détermine en puissance la valeur d'usage esthétique.

C'est ce qui arrive notamment lorsque l'on n'a pas compris ou apprécié un film, mais que, suite à une discussion, réévalue son jugement. Mieux, c'est ce qui arrive lorsque, à travers une discussion autour d'un film, l'on comprend que les appréciations diffèrent parce que les critères d'appréciation, ainsi que la singularité des expériences et des points de vue diffèrent ; à travers une appréciation commune de la valeur d'usage esthétique se manifeste une logique commune d'appartenance et de sociabilité.

C'est d'ailleurs sur ce point que cette valeur est très ambiguë, et peut être confondue avec la valeur d'échange symbolique. C'est que l'on croit souvent que la singularité est exprimée dans un jugement, alors qu'il est souvent canalisé et déterminé par l'idéologie et la structure de jugement. Si la valeur d'usage esthétique se consacre par principe et principalement à la logique du désir, la valeur d'échange symbolique se consacre plutôt au *conatus*. Ces deux versants ne sont pas exclusifs l'un de l'autre, mais procèdent respectivement l'un de l'autre.

En fin, la valeur d'échange marchand, qui a autant d'importance dans le marché de la culture, articule le problème de la diffusion des œuvres, la valorisation des salles et celui des coûts de la réalisation. Cependant, nous l'aurons compris, la valeur d'échange marchand intègre les deux premières valeurs en son sein et les subvertit par leur sublimation en « agrégats de valeurs » apposées à l'objet (et parfois au lieu d'exposition).

II. Critique de l'économie politique et symbolique du cinéma : circonscription de la praxis de l'exploitant

La critique de l'économie politique de Marx et celle de l'économie linguistique de Freud, telles que saisies dans le travail de Goux, permettent une approche systématique et explicative des problématiques symboliques en général et culturelles en particulier. C'est bien le schéma logico-historique et dialectique qui permet de comprendre les dynamiques générales dont les problématiques actuelles n'en sont qu'une expression parmi d'autres. C'est donc à l'aune de ce schéma que nous allons reprendre systématiquement l'ensemble des problèmes propres au cinéma que nous avons pointé tout au long de cette thèse ; il s'agit ainsi de décomposer le problème.

La signification et la valeur expérientielle au cinéma, résultent des conditions d'échange entre trois appareils : l'appareil cinématographique, l'appareil psychique et l'appareil social¹. Chaque appareil entretient des rapports dialectiques avec les autres et apporte des forces, des significations dans la combinatoire qui constitue la valeur. Mais chaque appareil a aussi ses propres motifs (dans le sens de *patterns*) de conversion. La grande difficulté consiste, pour l'appareil cinématographique – qui est une double médiation : film/salle –, de faire se rejoindre deux espaces de significations, deux *patterns*, deux temporalités particulièrement différentes : d'une part, le psychique, qui a des significations flottantes, diversifiées et qui est sur un registre temporel singulier ; d'autre part, l'appareillage social, modulé sur une temporalité scandée, sur une logique de causalité... Mais c'est précisément la rencontre de ces deux appareils qui constitue le social et le culturel.

« Ce qui est commun aux appareils psychique, cinématographique, social, c'est l'échange de forces, d'énergies. Échange, c'est-à-dire production d'objets, de représentations, etc., constituées de forces, d'énergies qui résultent d'arrangements topologiques, d'agencements. Un objet est disposition de

*forces. Et la congruence de chacun de ces appareils, c'est de fonctionner comme convertisseurs de forces : par déplacement, par transit, par accumulation, retrait inversion d'énergies, etc. »*⁵⁴¹

Ici, l'accent n'est pas tant mis sur les contenus, les références, que sur les processus. L'économie vise l'exploitation de potentiels naturels, l'économie politique l'exploitation de force de travail également ; l'économie politique de la culture prend en compte l'inconscient, le désir, comme puissance qu'il s'agit de répartir et de faire circuler. Et la manière dont les différents appareils sont engagés, la manière dont ils cohabitent, dont ils s'investissent dans la caractérisation de l'objet (qui est ici l'expérience cinématographique) le détermine d'une certaine manière. Soit la combinatoire est continue et fluide, soit elle apparaît comme discontinue (et, en dernière instance, difficilement reconnue).

Cette combinatoire de la valeur, en quelque sorte, reprend explicitement ce que nous avons dit en première partie quant à l'absolue modernité du cinéma : il n'y a pas de séparation nette entre l'infrastructure et la superstructure, entre l'art et l'industrie, mais, au contraire, la reconnaissance nécessaire de leur co-incidence dans la circonscription d'un objet. Du reste, c'est que nous dit Laurent Creton lorsqu'il parle « *d'artisticité relative* » du cinéma⁵⁴². À travers le jeu de langage et d'expérience qu'est l'expérience cinématographique, sont explicitement engagés les trois appareils et leurs motifs.

Le cinéma, en tant que production artistique et culturelle, n'a rien de concret *per se*. C'est parce qu'il est identifié, d'une part, comme pendant spéculaire du désir, de l'énergie psychique, et d'autre part, parce qu'il est intégré dans les *patterns* socioculturels (ou, plus précisément, parce qu'il est traduit au sein de ces patterns et que lui-même les traduit) qu'il prend un statut de réalité. À partir de cette combinatoire, nous pouvons esquisser une explication de la domination de la configuration *Narrative-Représentative-Industrielle* (NRI) du cinéma, par rapport à d'autres configurations qui existent, mais qui restent minoritaires⁵⁴³. C'est ici la configuration-type du discours cinématographique, tel qu'il est traitement et circulation fluides au sein de l'espace social ; cela s'explique du fait qu'il intègre très directement les logiques psychiques aux logiques sociales (et causales). Il existe d'autres configurations formelles au cinéma, mais celles-ci ne s'inscrivent pas de manière aussi évidente, aussi fluide, au sein de l'espace public. Au contraire, elles présentent les logiques

⁵⁴¹ Eizykman C., *La Jouissance-Cinéma*, Union Générale d'éditions, Paris, 1976, p.13

⁵⁴² Creton L., *Cinéma et marché*, Paris, Armand Collin, 1997

⁵⁴³ Eyzikmann C., op.cit..

de l'appareil social comme aléatoires, problématiques, contingentes, c'est-à-dire comme des espaces critiques vis-à-vis desquels il faut négocier ce qui fait lien.

C'est le colmatage des discontinuités qui donne naissance au cinéma tel que nous le connaissons globalement. Et, précisément, c'est la bonne conduction qui aboutit à ce que l'on nomme, en esthétique et en psychanalyse, la « sublimation ». La sublimation n'est rien d'autre que la sublimation (l'identification à l'idéal de soi dans une sociabilité donnée) générée par l'équivalence d'une énergie libidinale avec les appareils cinématographique et social. Si le cinéma a gagné en légitimité, c'est parce qu'il est générateur d'effets proprioceptifs et psychiques extrêmement puissants et ces effets prennent puissance dans le déploiement de mises en scène, de processus, de mises en relations de forces, au sein des films, mais également au sein des salles.

Cependant, au sein de l'espace public cinématographique, il subsiste des discontinuités : certains films – les films expérimentaux – les problématisent au niveau formel, certaines salles de cinéma diffusent des films qui, précisément, n'entrent pas dans une logique fluide.

Films à grand succès et films « d'auteurs », multiplexes et salles art & essai, participent tous de cette grande mécanique de valorisation, de ce rapport ambigu entre psychisme, cinéma et social. Ce qui les distingue est la manière dont les éléments sont reliés. Et, lorsqu'il y a une discontinuité, il est intéressant de voir quel appareil semble avoir une sorte de monopole d'investissement et donc, de faire attention au schème de valorisation qui en découle.

La sémiotique de l'économie politique du cinéma peut rendre compte des incarnations singulières (et historicisables) de différentes configurations sociales que sont la narration, l'Histoire, le temps, etc. C'est la manière dont le cinéma rend compte des différences entre configuration psychique et configuration sociale (et de leur imbrication qui compose alors le culturel) qui concerne précisément une économie politique du cinéma. Ainsi, l'histoire des formes cinématographiques, mais également des mises en scène du spectacle cinématographique peut être saisie comme ensemble de configurations visant une fluidification entre l'appareil cinématographique, l'appareil psychique des spectateurs (et des cinéastes) et l'appareil social. Chaque époque apparaît avec ses configurations. Mais, très rapidement, au niveau formel, la configuration a sécrété de la narration et n'a pas connu de véritable révolution. Il existe alors un certain nombre de schèmes valorisateurs et signifiants.

L'économie politique, telle que nous la concevons ici, vise une continuité entre les trois appareils, en prenant en compte les discontinuités. Au sein des continuités se cristallisent les déterminations de l'expérience précisément en ce que l'on nomme valeur. La valeur est précisément la continuité telle qu'exprimée au sein de l'espace public. Cependant, au travers de ces trois appareils, s'établissent des effets de significations, d'adiposité, qui compliquent la valorisation, mais ne la détruit pas. Par exemple, le cinéma expérimental vise précisément à créer, au sein de l'appareil cinématographique, une adiposité : celle-ci rend beaucoup plus complexe sa valorisation par le spectateur et par l'espace public, mais, en même temps, elle se présente comme le pendant spéculaire de l'appareil psychique et montre toutes les limites interprétatives de l'appareil social. Il y a donc une valeur singulière qui se forme et qu'il importe d'intégrer dans l'économie politique.

Cependant, il est un point sur lequel il est particulièrement important d'insister : les relations sont dialectiques et non pas de simples confrontations frontales sur un seul plan. Autrement dit, il existe des dimensions de l'inconscient de l'économie, au même titre qu'il y a les configurations telles qu'elles se présentent.

Il existe précisément deux dimensions de l'inconscient de l'économie. D'une part, il y a le système singulier de constitution des valeurs fondé sur le désir et sur les modalités de l'expression de soi. Cette dimension est comprise aussi bien au niveau du sujet, qu'au niveau de l'expression filmique et du médiateur. D'autre part, il y a le système collectif des normes et des modes de censure intériorisés (le « sur-moi » du cinéma). Cette dimension collective recouvre également le sujet, l'expression filmique et le médiateur. Cependant, c'est le rôle de la médiation que d'objectiver ces deux dimensions et de participer ainsi à la chaîne de valorisation. Cette conception du travail de la médiation et de la notion de valeur est difficile parce que, d'une part, elle va à l'encontre de nos habitudes de penser et, d'autre part, son support, sa source, nous est inconnue (l'inconscient). Du reste, la plupart des approches analytiques du cinéma sont désormais constructivistes et conçoivent la valeur, l'expérience esthétique comme socialement construite ; c'est en partie vrai. Vrai, en partie seulement. Certes, l'expérience et la valeur sont nécessairement produites par le truisme du social, mais il ne faut pas oublier à quel point l'Art et le cinéma sont des domaines où ce qui circule et s'échange est principalement des fruits d'énergie psychique et visent tout particulièrement cette énergie (sublimation). Reste à comprendre comment les divers agencements proposés par le cinéma sont ratifiés par l'espace public, les constituant alors comme objets.

Ce n'est qu'une fois compris la logique de médiation cinématographique de l'expérience que l'on peut proposer des modes alternatifs au système bicéphale actuellement en place. Une fois encore, nous évitons tant que possible une pensée inductive ; ainsi, la plupart des perspectives que nous proposons sont toujours issues de propos repérés chez les auteurs que nous avons cités et/ou dans les propos glanés au fil de nos entretiens avec les exploitants de cinéma.

A. La centralisation de la valeur sur le film et ses incidences sur la définition de la pratique cinématographique

La structuration du champ cinématographique, de son commerce, s'établit d'une manière comparable à celle de toute forme de procès de symbolisation. D'une part, parce que le cinéma, en tant qu'objet symbolique suit ce procès ; d'autre part, parce que les logiques de commerce sont des développements très abstraits desdits procès.

Ainsi, l'histoire du cinéma, des mises en valeur du spectacle cinématographique, de la légitimation du cinéma ainsi que de ses théories, est imprégnée de la problématique de valorisation, de canalisation des efforts et de centralisation du système d'équivalence. C'est ce dernier point que nous allons présenter analyser.

En effet, comme dans tous les commerces, la logique de marché cinématographique s'enracine dans une logique de *rareté* – derrière la multiplicité d'offres, c'est la rareté du temps du consommateur que les diffuseurs cherchent à capter ; de même, en termes de marché, c'est l'intérêt (ou, dans une approche dialectique, la signification) du temps alloué à l'expérience de sociabilité que le spectateur vise -, il est intéressant de voir sur quels principes le cinéma développe la *rareté* et d'imaginer des possibilités de contourner cette problématique.

Le marché, nous dit Goux, ne s'ouvre que dans la « *différance* » de l'usage ; plus précisément dans une double « *différences* » :

- - d'une part, l'interdiction de la valeur d'usage immédiate au profit de la valeur d'échange ;

- d'autre part, l'échange immédiat est lui-même interdit, au profit de la circulation⁵⁴⁴.

C'est l'obligation d'un détour par la sphère de circulation qui enracine le marché, et, inversement, c'est sa capacité à représenter les éléments et à les faire circuler qui fait sa compensation. Il centralise alors toutes les valeurs et pose des objets qui, eux-mêmes, se portent comme équivalents, comme centres de valeurs.

L'organisation du marché des singularités – qui s'inscrivait dans les « béances » laissées par les institutions – illustre de cette logique de « détour par la sphère de circulation » organisée par le marché. Les glissements problématiques que pointe Karpik – que nous traité en fin de partie II - sont des situations où la valeur d'échange symbolique est réduite, au sein du marché, à une pure logique d'échange marchand – qui semble fallacieusement rendre compte de l'échange symbolique⁵⁴⁵. En effet, chaque type de films était alors catégorisé comme relevant de *l'authenticité* (c'est-à-dire comme œuvre originale) ou du *Méga* (comme œuvre ayant une relative originalité, mais surtout qui est caractérisée par des « marques ») et qui leur donne alors un certain statut au sein du marché. Le spectateur - réduit à une simple figure de consommateur qui doit faire un choix – évalue ces qualification en termes de compromis prise de risque / retour sur investissement. Le rapport à la sociabilité est alors prise en charge par (mais réduite à) la figure de la *doxa* qui est représentée par les régimes *d'opinion commune* (notamment les systèmes de classement) et, à moindre mesure, dans le rapport au régime *d'opinion experte* (notamment les prix accordé dans des festivals). Si, de toute évidence, le marché rompt l'articulation singulier / collectif, rompt la question de la sociabilité, cet état de fait est occulté par la manière dont les dispositifs, articulés entre eux, offrent une continuité, un discours permanent et unifié. Pis, le marché semble offrir des critères objectifs qui seraient ceux de l'espace public (puisque c'est bien la consommation qui est représentée à travers les box office).

Nous allons voir que ce détour par la sphère de circulation, qui tend à être totalement assimilée par le marché, est principalement orientée par une sphère de valorisation des films, et non pas des expériences esthétiques. Tout au long de la partie II, nous avons fait la critique l'institutionnalisation de l'espace public cinématographique en ce qu'il occulte progressivement le problème de son articulation à l'espace public ; les « béances » laissées

⁵⁴⁴ Goux J-J., *Marx, Freud...* op.cit.

⁵⁴⁵ Karpik L., *L'économie de la singularité*, op.cit.

Cf Partie II, notamment l'ensemble de « II. Comment le marché des industries de contenu intègre l'économie du cinéma : la subversion de la question de sociabilité », p.414

ont été prises en charge par le marché qui a radicalisé l'importance trop grande que l'on déléguait aux films, au détriment des enjeux symboliques au sein des salles.

C'est ainsi qu'en centralisant la valeur sur les films, c'est-à-dire en concentrant notre attention sur les films et en considérant que le seul film offre une signification au spectateur, l'on tend vers une certaine normalisation de la pratique cinématographique. Dès lors que l'on pose le film comme objet central de la valeur et de la signification de l'expérience, se construisent des normes qui apparaissent désormais problématiques.

i. Centralisation de la valeur et de la signification sur le film : le film comme centre de l'attention et de la signification

La puissance signifiante de la salle et de la vie de la salle fait partie prenante de la médiation de l'expérience cinématographique. Cependant, la légitimation du cinéma, son *artisticité relative*, la logique de valorisation a moins pris en compte cet élément que les films. C'est à travers la légitimation du film que le cinéma a développé son commerce, cette fois-ci facilité par l'État.

En effet, nombre de critiques alimentées contre le cinéma l'étaient, peut-être avant toutes choses, contre le principe de la salle, contre les usages au sein des salles. À ce titre, l'on peut reprendre les propos de George Duhamel. Dans son « intermède cinématographique ou le divertissement du libre citoyen » dans *Scènes de la vie future*⁵⁴⁶, il critique certes le contenu des films, qui ne serait que reproduction triviale de réalité, et s'attarde beaucoup plus sur la manière dont on organise le spectacle. D'une part, la présence musicale, avec ses significations qui lui paraissent convenues, le perturbe beaucoup – Duhamel vise une légitimité qui serait essentiellement picturale, visuelle.

D'autre part, il est particulièrement choqué par les conditions matérielles et sociales dans lesquelles on voit des films : la queue, la salle obscure sont, pour lui, des symptômes de la vie sociale moderne, toute dépersonnalisante et anonyme, ce qui est renforcé par le flux visuel de la programmation, qui passe des actualités aux publicités, en passant par les divertissements, et qui ne laisse pas le temps à la contemplation et à la songerie. Cette critique n'est pas isolée

⁵⁴⁶ Duhamel G., op.cit.

et encore quelques décennies après, elle sera faite par des écrivains. C'est que l'on pense au cinéma en termes d'images, et en opposition à la peinture et à la littérature ; espaces de songeries par excellence – comme si le cinéma n'avait pas un imaginaire spécifique, qu'il articulerait à des problématiques symboliques. Les défenseurs du cinéma, de Canudo à Bazin, se portent, eux aussi, avant tout sur le film lui-même, sur sa capacité à *synthétiser* les arts (le cinéma comme « media » qui exploiterait les techniques des autres formes d'expression artistique) ou de révéler le temps à travers des images-traces.

La légitimité du cinéma – qui est, historiquement, la transition du *cinématographe* au *cinéma*⁵⁴⁷ - apparaît dès lors qu'on ne se porte plus exclusivement sur une technique, mais, avant tout, sur un discours. La détermination d'un « auteur » au film⁵⁴⁸ a été un pas important dans le processus de valorisation du cinéma, et montre à quel point c'est le film qui devient l'objet à valoriser – au détriment de la salle. Cette transition, qui aboutit à un changement de rapport entre le champ cinématographique et les pouvoirs (dont l'État) – ainsi qu'à un changement de rapports de pouvoir entre les différents champs de l'espace public cinématographique -, est aussi caractérisée par la définitive disparition de la diffusion foraine, et des bonimenteurs/conférenciers. C'est alors tout le caractère local et contingent du spectacle (c'est-à-dire la signification relative à l'exposition de l'œuvre, relative à la sociabilité de la salle) qui est occulté au profit de la cristallisation de la signification dans (et par) le film, qui devient discours du metteur en scène. Et il est à noter qu'une des premières grandes mesures étatiques à l'égard du cinéma a été la mise en place d'interdiction aux exploitants de manipuler les bandes en vue d'en changer le contenu.

Comme nous l'avons indiqué en début de la deuxième partie, la notion d'auteur et la définition des métiers du cinéma ne sont pas apparues dès ses origines, mais assez tardivement – elles s'inscrivent dans le processus de reconnaissance sociale entamé par des groupes de cinéphiles. Autrement dit, l'anomie des fonctions était, dans la perception d'alors, consubstantielle de la vanité du discours et de l'anonymat des salles. Occulter ces dimensions au profit de la clarté d'un discours conduit à apprécier différemment le cinéma. Certes, le dix-neuvièmisme est toujours présent, mais il change : l'on passe d'un reproche de l'exploitation

⁵⁴⁷ Nous avons déjà pointé ce changement épistémique dans notre analyse de l'histoire de la pratique cinématographique. L'époque du cinématographe est avant tout caractérisée par une fascination et une valorisation du dispositif ; la transition au cinéma consiste à allouer au dispositif des possibilités d'expression artistique et de discours réflexif. De même, au niveau de l'exploitation, cette transition est caractérisée par un changement de mode d'accompagnement et de valorisation du film : le public tend à être « acculturé » au dispositif et il s'agit désormais de valoriser les discours qui sont produits par le biais de ces dispositifs.

⁵⁴⁸ Il ne s'agit plus d'être fasciné par la technique et par les « vues », mais de concevoir que ces « vues » sont l'expression d'un regard, celui d'un auteur.

du symbolisme du siècle précédent à une institutionnalisation du cinéma comme art, selon les survivances des critères du dix-neuvième siècle.

Ce faisant, l'on tend à occulter la valeur d'usage esthétique au profit de l'asomption de la valeur d'échange. Comme si, dans la valeur d'échange, était clairement exprimée et intégrée la valeur d'usage esthétique.

L'opposition entre la valeur d'usage et la valeur d'échange se manifeste à l'émergence du cinéma parlant : il apparaît nul besoin de faire intervenir un tiers pour que le film ait une intelligibilité ; le film est le même quel que soit le diffuseur, et l'on tend à penser alors qu'il est le même pour tous les spectateurs. Le film devient définitivement représentant général de l'expérience cinématographique. Très rapidement, d'ailleurs, l'on tend à établir des normes de projection afin de faciliter la circulation des films. Et il n'y a qu'un pas entre normalisation de projection et normalisation de la mise en scène du spectacle cinématographique. On assiste également à un raccourcissement de la carrière d'un film et au gommage des aspects populaires du cinéma par l'effacement des particularités locales au profit des normes d'unification nationale. Il y a une programmation de films étrangers de qualité ; un renouvellement et amélioration du parc des salles, le début des « supercinémas », avec augmentation du prix des places comme preuve de qualité. L'organisation de la séance avec ses annexes (premiers films, actualités, attractions) et son « Grand Film » au format standardisé (35mm, 90 minutes) est une revendication des exploitants, à Rome, au IV^e Congrès international de l'exploitation cinématographique (18 au 22 mai 1931)⁵⁴⁹.

Parce que le film n'est plus manipulé par l'exploitant et apparaît comporter en son sein toutes les clefs de son intelligibilité, la question de l'échange l'emporte sur la question portant sur les rapports de production (il est à rappeler d'ailleurs l'importance de la reconnaissance publique par les cinéastes-artisans des années 1930⁵⁵⁰).

Avec le début du box-office – c'est-à-dire de l'indice de fréquentation comme indice de réussite - et la normalisation des mises en valeur du spectacle cinématographique, le corps de la marchandise et les formes de travail sont abstraits par la valeur. Si le boniment rappelait explicitement la force de production signifiante à l'œuvre pour la signifiante – alors qu'il occultait déjà la trace filmique (c'est-à-dire qu'il visait moins à problématiser la matérialité

⁵⁴⁹ Montebello F., *Le cinéma en France...*, op.cit.

⁵⁵⁰ Les cinéastes traitaient de thèmes souvent explicitement politiques et voyaient, dans le succès public du film une reconnaissance de son point de vue, et sa bonne articulation aux problématiques ordinaires du spectateur.

signifiante qu'à l'articuler *de facto* dans un discours) -, la logique de centralisation de la valeur sur le film – qui est alors le seul opérateur de signification – occulte les mécaniques de signifiante. Parler ainsi du film, c'est effacer toutes les différences à l'œuvre dans les projections ; ces différences sont relégués à des contingences, tandis que l'interprétation du discours semble prétendre à une relative universalité.

À travers l'enquête de Jullier – sur les manifestations des jugements de goût - et de Karpik – sur l'appareillage du marché par des dispositifs de jugement -, on peut saisir les catégories d'exemplarités, les valeurs qui reconnaissent tel ou tel film comme manifestant une exemplarité (un idéal). Ces éléments sont précisément des formes sémantiques d'équivalences et apparaissent comme des objectivations de l'échange entre spectateur et film ; ils sont ce que le public attend, dans une économie marchande, comme *dédommagement*. L'on voit bien, à partir de ces catégories que la notion même d'auteur est moins le résultat d'une pensée réflexive sur le cinéma, qu'une sorte d'application directe de la définition de la notion par Foucault. Pour le dire autrement, la notion « d'auteur » est ici saisie dans le cadre d'un processus d'identification / catégorisation de l'œuvre, à travers l'optique du « récepteur ». Inversement, si nous citons régulièrement Cavell, c'est notamment parce qu'il pointe la complexité de cette notion lorsqu'elle s'applique au cinéma. En effet, de par le caractère automatique des dispositifs cinématographiques (qu'ils soient filmiques ou de projections), la création elle-même s'inscrit dans une logique collective et « d'automatismes » ; cela ne veut pas dire absence totale d'auteur, cela veut surtout dire que les conceptions classiques de la notion d'auteur n'ont pas lieu dans le cinéma (ou de manière parcellaire).

Si nous insistons sur ce point, ce n'est pas pour spéculer dans le vide, ni pour complexifier à outrance notre problématique ; c'est pour pointer que cette identification, occulte à la fois le processus collectif d'expression cinématographique, et les forces qui se confrontent les unes aux autres lors d'une séance de cinéma. Ainsi, non seulement on occulte l'importance de la salle dans le processus de signification, mais on tend à ne saisir qu'à moitié le processus de signification filmique puisque l'on occulte à la fois les logiques propres au media et les usages que le champ a développés.

Cette dérive idéologique explique notamment la dérive de la notion de « politique des auteurs » : il apparaît, en de nombreuses occurrences - chez les critiques qui exploitent cette notion -, que l'auteur est précisément celui qui a un imaginaire propre (ainsi, Tim Burton est un « auteur », John Carpenter aussi...). Les critiques – mais aussi, les cinéastes-critiques issus

des Cahiers du Cinéma (Assayas, Bonitzer...) – se sont plus concentrés sur une définition formelle de l’auteur, que sur l’approche plus réflexive (et dialectique) qu’invite l’articulation « auteur » et « politique ». Ainsi, l’espèce d’équivalent général que visent les acteurs de ce procès symbolique (cinéaste, critique, spectateur) serait l’Imaginaire ; tout au plus, les auteurs parallèles reconnus, par exemple Rivette, Godard, Rossellini, etc., posent, comme équivalent, le réel – au sens du Réel lacanien⁵⁵¹ - (en ce qu’il est en contradiction avec l’Imaginaire). Mais, l’un comme l’autre, la logique reste la même. Cependant, si nous disons « espèce d’équivalent », c’est parce que l’Imaginaire n’est pas vraiment l’équivalent général ; celui-ci reste encore le Logos, et l’Imaginaire et le Réel défendus ne le sont qu’en tant que moyen de saisir l’importance du Logos.

En effet, si la centralisation des valeurs s’est portée sur le film – si l’on concentre l’attention et la signification sur le film -, c’est aussi parce que c’est lui qui est support d’expression, qui apparaît comme animé par une circulation de sens. Et c’est précisément aussi parce que le contexte socioculturel d’alors était *logocentrique*. Goux définit le *logocentrisme* de la manière suivante :

« Le Logocentrisme serait ainsi fondamentalement le règne des signes linguistiques sur les signes quelconques. Il se constituerait à la suite du choix d’un type très particulier de signes (les signes de la parole) comme équivalents généraux de tous les autres signes, c’est-à-dire à la fois comme leur mesure universelle, leur principe d’évaluation idéal, et comme moyen privilégié, sinon exclusif, de circulation du sens. Cette logocratie est dès lors, en même temps, le règne de l’état de veille sur le travail du rêve, pour autant que très précisément – à l’inverse du monde du rêve, qui, réalisant les conditions d’une perversion polymorphe, ignore les équivalents généraux -, elle fait respecter la distinction entre signes linguistiques et signes non linguistiques »⁵⁵².

Chercher la clarté d’une parole d’un auteur qui se trame sous le film, dénier la contingence de la salle, c’est déjà se placer dans l’exigence catégorielle de la conscience et refuser l’état de passivité du rêve. Et si les critiques ont eu un réel rôle prescriptif jusque dans les années 1980, c’est parce que le public leur reconnaissait un rôle de médiateur des normes esthétiques du cinéma et une qualité de traduction des signes non-linguistiques en signes linguistiques (c’est-à-dire dans leur capacité à formuler les logiques formelles). C’est à l’aune du linguistique que l’on valorisait ces signes non-linguistiques et, de fil en aiguille, c’est à l’aune du discours – entendu comme verbal – que l’on circonscrit la puissance signifiante du cinéma.

⁵⁵¹ Aumont J., *Moderne ?...*, op.cit.

⁵⁵² Goux J-J., *Marx, Freud...*op.cit., p.89

La puissance du Logos est d'ailleurs déterminante dans la manière de légitimer le cinéma et dans les usages imposés face à un cinéma légitime. Le cinéma se légitime dans sa manière de développer un langage qui lui est spécifique ; ainsi que dans la richesse thématique que l'on peut engager à partir des possibilités expressives du cinéma. De même, dans les réseaux *art&essai*, les normes veulent (du moins pour les salles de grandes agglomérations) qu'un film étranger soit diffusé en version originale sous-titrée (VOST). Cela pose un grand problème théorique : certes, le film en langue originale permet de saisir la voix de l'acteur, ses inflexions, bref, en quelque sorte, la « musicalité » du film ; en revanche, très pragmatiquement, nous voyons moins bien les images lorsque l'on doit lire les sous-titres ; ce qui veut dire que les images sont moins importantes que l'originalité (l'originel) de la voix, de la parole, du discours linguistique... Cette importance de la V.O. est si prégnante – sans en comprendre parfois la logique et ses conséquences – que cela peut aboutir à une perte de public ; et parfois à des « traumatismes » auprès du jeune public, l'association *Fotokino*, à Marseille, en a notamment fait les frais⁵⁵³.

Il s'agit là d'une manifestation radicale du logocentrisme apposé sur le cinéma. D'une manière plus discrète, mais plus générale, plus partagée, tous les spectateurs sont « conscients » et responsables de leur expérience esthétique. Cela change totalement la visée, la démarche spectatorielle et, du reste, c'est précisément ce qu'exprime Cavell dans la différence entre « aller au cinéma » et « voir un film » :

*« On apportait avec soi à l'intérieur de la salle ses fantasmes, ses camarades et son anonymat, et on reportait avec sans qu'il leur soit rien arrivé. À présent qu'il y a un public (c'est-à-dire comme au théâtre), mon domaine privé est l'objet d'une demande ; de sorte qu'il m'importe que nos réactions au film ne soient pas vraiment partagées »*⁵⁵⁴

L'on passe d'une tactique opposée à l'anonymat généré par la modernisation à une affirmation de soi sur un plan purement « horizontal » (un rapport de pouvoir inscrit dans un

⁵⁵³ « Et bien, c'est très simple, et ça m'agace un peu, c'est dès qu'on prend un peu de risque, le public ne suit pas. Si on passe des films du monde, du cinéma africain, en VOST, qu'on propose à partir de 7 ans, parce qu'il faut déjà savoir un peu lire, ça ne marche pas, il y a beaucoup moins de monde, c'est évident. (...) On montre des films étrangers, mais plus pour des petits, comme ça on peut montrer des choses singulières un peu plus en douceur. Les films chinois, les films iraniens par exemple. Et puis, on ne passe plus de film en VO, parce que ce n'est peut-être pas le principe de programmation en centre ville de Marseille. C'est un fait : il y a peu de public pour la VO, surtout chez les enfants quoi. Je me souviens, quand, au début, on avait programmé *Le voleur de Bagdad*, ça me paraissait évident de le passer en VO, mais bon c'est un film de deux heures : il y avait déjà pas grand monde, mais, surtout, il y en avait qui sortaient en pleurant, des enfants quoi, avec des parents qui nous engueulaient pas mais presque, en nous disant « vous vous rendez compte ? c'est traumatisant pour un enfant ». C'est pas évident, ça demande un accompagnement, une habitude. On y va plus doucement. »

cf Annexe 13, entretien avec Nathalie Guimard, coprésidente de l'association *Fotokino* à Marseille, p.880

⁵⁵⁴ Cavell S., *La projection du monde...*, op.cit.

plan de relative immédiateté). Cette transition, nous l'avons daté au parlant, parce que la distinction « aller au cinéma » / « voir un film » a déjà été faite par Claude Aveline en 1932 : « *Nous avons changé. Maintenant, nous n'allons plus au cinéma, nous allons voir un film* ». Ce qui explique pourquoi Karpik pose, comme problématique de départ, « comment choisir le bon film ? ». Comme si c'était seulement l'accessibilité au film qui constituait la démarche du spectateur, accessibilité qui devient rareté.

ii. Centralisation de la valeur du diffuseur sur le rythme de diffusion : la norme de l'actualité

C'est, somme toute, logiquement que la concurrence entre les exploitants s'établit principalement sur la programmation de films, sur leur accessibilité. Et c'est dans une logique classique de schéma concurrentiel – au profit de *l'homo oeconomicus* qu'est le spectateur – que l'État a rapidement tenté d'interdire les ententes de programmation, afin de permettre une diffusion générale et une grande accessibilité aux films. Mais, cela n'a pas empêché des ententes tacites de se faire et, d'autre part, cette interdiction a été détournée par les exploitants qui participaient à une logique de filière. Ce sont donc les grands groupes qui ont pu créer, en interne, une accessibilité plus évidente aux films (c'est-à-dire une disponibilité des copies pour l'exploitant et une diffusion rapide de ces films auprès de leur public captif) et, notamment, aux films « porteurs » (c'est-à-dire les films spectaculaires attendus, les films d'auteurs reconnus et les films primés).

Ce régime d'opposition entre les salles est compensé par la logique de *monovalence* du marché (l'on considère que la fonction de l'exploitant se réduit à de la diffusion et qu'il n'a pas d'incidence sur la valeur, puisqu'il n'y a quasiment aucune spécificité singulière propre à chaque exploitation), mais également des institutions. En effet, le principe de monovalence par le marché consiste dès lors à valoriser par le prix les différentes « qualités » d'accès aux films (puisque la fonction est uniquement de diffuser, la différenciation se fait par la tendance à programmer des exclusivités). Ainsi, les salles d'exclusivité ont un prix d'entrée plus élevé que les salles de deuxième cycle. C'est dans cette logique de circulation que le prix d'entrée en salle a augmenté régulièrement et de manière très importante depuis l'après-guerre jusqu'à aujourd'hui. De fait, le cinéma n'a quasiment plus de public populaire tant son coût est élevé ; de plus, des accès alternatifs aux films existent (autres supports de diffusion :

TV, DVD, Internet...). Laurent Creton et Claude Forest ont déjà démontré, par ailleurs, que la logique économique globale de l'audiovisuel induit une nouvelle rationalité économique dans l'espace public cinématographique, où les entrées en salles ne compensent pas le coût de production, mais deviennent des agrégats de valeurs pour toute la chaîne de valorisation d'un film. Pour le dire autrement, la fréquentation en salle n'est plus l'unique retour sur investissement, mais seulement l'un parmi d'autres exploitations du film (TV, vidéo, etc.) ; cependant, la sortie en salle donne une visibilité au film et une forte fréquentation lui donne une valeur qui a une incidence sur les exploitations sur d'autres supports. En un sens, les spectateurs en salle paient plus cher l'accès au film et sont actifs dans sa valorisation ; mais cela est compensé en ce qu'ils ont un accès « privilégié », plus rapide, et participent à un « événement » (dans le sens où leur démarche crée de la valeur).

Ce qui constitue une spécificité française, c'est que l'État, par l'intermédiaire du CNC, propose une démarche parallèle, complémentaire, qui vise à valoriser les salles qui n'entrent pas dans le schéma du marché. Ainsi, à partir des années 1950 a émergé et s'est développé le réseau de salles « art&essai » : par une taxation globale sur le marché, une caisse se constitue et dédommage les salles qui proposent des films d'auteurs, de patrimoine et visant des publics encore peu « ciblés » par le marché (jeune public, cinéphiles, le public de plus de 50 ans...). Le problème que nous avons déjà pointé est que la qualification d'une salle « art et essai » est établie en fonction d'un quota de diffusion de films estampillés « art et essai » selon des problématiques locales (l'on demande un plus fort ratio en grande agglomération que dans des petites communes). C'est donc moins la démarche de la salle dans une politique locale que la façon dont elle se situe vis-à-vis d'une catégorisation établie par un pouvoir central qui détermine et valorise le travail d'un exploitant. Et, du reste, la qualification d'un film « art et essai » est toute relative et pose un certain nombre de paradoxes.

Nous avons donc, sur un même espace public, deux logiques opposées qui se confrontent. Cependant, l'une comme l'autre sont caractéristiques d'une approche purement formelle et réductrice du cinéma et tendent à un processus de valorisation par la circulation versus une valorisation par la salle. En effet, les grands groupes visent une exclusivité et une plus grande rotation de films afin de conserver un certain seuil de demande (il est garant de l'actualité, montre une « diversité » de films, dont les « différences » peuvent correspondre aux différents goûts du public) ; de l'autre côté, des salles ont une logique de rente en diffusant des films qui ne participent pas à la logique des grands groupes et ce, nonobstant les attentes locales. Tous les exploitants peuvent se situer entre ces deux oppositions.

Un des grands chocs survenus au sein du champ de l'exploitation cinématographique est, nous l'avons vu en deuxième partie, l'introduction des cartes illimitées qui modifient à la fois les usages et la logique de programmation. L'accord tacite entre les deux forces opposées explosent et détruit par là même les identités des salles. En effet, les grands groupes visent alors un panorama cinématographique plus large afin d'agrandir le spectre d'attente des publics munis de carte d'accès illimité. Ils tendent alors à proposer des films art et essai, notamment les films dits « porteurs », c'est-à-dire des films d'auteurs déjà socialement reconnus ; dans le même mouvement, ils imposent dans l'exploitation de ce type de films la logique de forte rotation et de forte visibilité à courte durée. Les films sont annoncés à l'avance, sont accompagnés d'un fort discours promotionnel ; cependant, la durée de leur exploitation dépend, généralement, du taux de fréquentation à la fin du premier week end... Si les salles généralistes et *art et essai* perdent à la fois leur demande de retrait de cette procédure et leur public, c'est qu'ils ont perdu une identité – ou, pire encore, comme nous l'avons vu dans la partie II, ils ont une identité « par la négative », confinée dans un registre des appareillages du marché des singularités, qui les caractérisent par une forte « barrière à l'entrée » - tandis que les grands groupes se consacrent comme « équivalent général » de l'exploitation, comme représentants de la norme de l'exploitation.

La *rareté*, au cinéma, apparaît finalement comme une problématique spatiale. Telle salle a une copie que l'autre n'a pas au moment où le film est très valorisé (c'est-à-dire pendant le laps de temps où l'ensemble des dispositifs de marché le qualifient et en font la promotion). Mais, au final, cela n'est que le résultat de l'aplatissement de la dimension temporelle. C'est parce qu'il faut la copie d'un film à sa sortie nationale que les rapports de force se révèlent à travers le jeu d'acquisition de la copie.

Cette radicalisation est aussi issue de l'inscription de l'économie du cinéma dans l'économie plus large des industries (culturelles) de contenus. Cette économie est elle-même un écrasement radical de la dimension temporelle. Depuis quelques années, nous voyons, en effet, la réduction des écarts temporels entre les supports dans le cycle des médias : ainsi, la rareté glisse de l'accessibilité du contenu à la qualification du mode d'accès ; la valeur est plus dans la qualification du sujet qui choisi tel ou tel accès que dans la propension de l'œuvre à générer une expérience esthétique.

Nous comprenons dès lors que la problématique de l'exploitant doit se penser en termes d'identité : celle de la salle et celle qu'elle propose au spectateur. La signification économique du cinéma se pense en termes d'identité, et elle articule deux logiques de valeur,

celle du désir et de la consommation (Valeur au sens classique) et celle de son articulation à la signification, de la culture et du politique (que nous préférons nommer Signifiante).

Le marché s'inscrit dans le déroulement logique du procès de symbolisation ; c'est ainsi que nous avons déjà pointé en quoi il subvertit la médiation culturelle en occultant son processus historique et logique. Cela n'en fait pas pour autant la seule détermination possible. Nous avons, dans le cadre de nos recherches, trouvé d'ailleurs des contre-exemples particulièrement éclairants, et ironiques, en ce sens qu'ils subvertissent la subversion, ils subvertissent la logique du marché.

Par exemple, la salle *La Fourmi*, à Lyon, exploite des films en fin de parcours et qui propose de les voir à un très faible coût (coûts encore réduits si l'on s'abonne) ; cependant, la qualité de la salle est extrêmement rudimentaire. Il y a une accessibilité simplifiée au film et une exploitation des valeurs agrégées au cours de son premier cycle. Ainsi, il est possible, à Lyon, de voir un film, qui a connu un relatif succès, quelques semaines après sa sortie ; de voir un film dont on a entendu parler au cours d'un repas...

L'autre contre exemple, qui est encore bien plus spectaculaire, est le réseau de petites salles en Morbihan. Ces salles connaissent un assez bon succès dans leurs localités en ce qu'elles répondent aux attentes de leur public et, puisque le public cinématographique est vieillissant, surtout dans des petites localités, ils diffusent un nombre suffisamment important de films d'auteurs pour obtenir des subventions (tout en répondant aux attentes). Ces salles ont donc une réelle identité. Mais, en outre, comprenant qu'une innovation technique au cinéma est toujours un outil qui, tôt ou tard, permet aux grands groupes de se « distinguer », ces salles investissent rapidement dans les changements de dispositifs : elles l'ont fait aux débuts des années 1990 pour le son et l'ont fait très rapidement pour les dispositifs de projection numérique. Ainsi, ces salles étaient appareillées avant les grandes exploitations dans la Région et ont profité d'une période de transition pour obtenir des exclusivités (et moins de négociations corrélatives). De même, les forts investissements pour la cabine de projection les a invité à revoir la qualité de leur salle, puisque l'écart des coûts n'est plus spectaculaire. Inversement, quelques grands groupes concurrents sur la région, alors qu'ils s'établissaient lors des premiers pas du numérique, n'ont pas investi sur ces dispositifs et perdent alors à la fois des exclusivités et des coûts de remise aux normes. Le numérique n'est donc pas contradictoire avec le cinématographique et permet toujours l'expression d'une identité de salles.

iii. L'indifférenciation support / contenu

Passer de la salle à une valorisation par le film conduit logiquement à la réduction même du film à la notion de « contenu » - et aboutit à l'intégration du cinéma dans les industries de contenus. Il y a une tendance à l'indifférenciation des supports : le contenu serait alors le signifié. Et cette logique s'enracine dans la valorisation de la conscience du spectateur, qui devient le seul véritable (auto)référentiel de la signifiante. Du reste, le relativisme culturel est contemporain de l'indifférenciation support contenu.

Ce constat, imposé notamment par la chute de fréquentation dans les années 1980, - liée au changement des loisirs et des modes de vie urbains, mais également par des usages plus osutenus de la TV ainsi que par les téléchargements, - a été particulièrement violent pour tout le champ de l'exploitation. Le cinéma semble ne pas offrir un service intéressant pour des *conatus*. La création de valeur cinématographique est donc passé par une logique d'événement : la sortie en salle doit être particulièrement agréable et « événementielle » dans la vie de l'usager et, notamment par le jeu des avant premières, devenir un événement dans la sphère culturelle. Ce fût donc une violence pour les petits exploitants que les multiplexes qui ont, à rebours, mis de la rareté dans la contingence des séances. Et du reste, la réaugmentation de la fréquentation des salles a particulièrement profité aux multiplexes et ce, malgré leur coût très élevé.

Cependant, les multiplexes valorisent la salle dans une logique d'industries de contenus, et non pas dans une logique de processus réflexif du procès de symbolisation. Ils restent encore à une logique d'agrégation de valeur. La valeur entrée dans un avant première ne prend tout son sens qu'en fonction de la valorisation du film par les dispositifs de jugement et par son effet rétroactif sur ces dispositifs.

De même, les multiplexes exploitent le numérique. Cependant, ils l'exploitent en mésinterprétant les usages périmériques liés au numériques. Ils font, par exemple, des projections d'opéra filmés, en reproduisant les *habitus* de l'opéra. Leur qualité « d'équivalent général » d'exploitation cinématographique les conduit à tendre à une programmation comparable à celle propre à la TV avec, comme plus-value, la possibilité offerte aux spectateurs d'être acteurs de l'événement. Ainsi, l'on ne reprend de l'opéra que des logiques formelles d'usages et de normes d'appréciation (autrement dit, des signes de la pratique de l'opéra) et on les applique directement à une séance « extraordinaire ». Cette situation est d'autant plus « frivole » que certaines salles, comme à Lille, proposent cette programmation

alors qu'elles se situent à proximité d'un opéra. D'une pierre deux coups, ces salles occultent à la fois la logique symbolique du cinéma (puisque le cinéma ne devient plus qu'un lieu de projection de contenus audiovisuels où l'on joue à reproduire les usages relatifs au mode d'expression du contenu) et celle de l'opéra.

Du reste, si le cinéma 3D – ou en relief – connaît un grand succès, alors qu'il a connu des échecs cuisants tout au long de l'histoire du cinéma, c'est précisément parce qu'il s'agit d'un des derniers critères de différence entre le cinéma et les autres dispositifs de « réception ». Cependant, d'une part, cette différenciation tend déjà à disparaître (il est techniquement possible de le faire sur les consoles portables de jeu vidéo, sur les postes de TV) et, surtout, d'autre part, la pérennité de cette forme de diffusion implique qu'il ait une esthétique spécifique. Or, malgré le succès d'*Avatar*, la plupart des films en relief ne l'exploitent pas tant pour ses possibilités formelles – et la possibilité d'une réflexion sur le cinéma en 2D – que pour la plus-value monétaire liée au succès du film de James Cameron.

Inversement, les investissements des petites salles bretonnes ne sont contradictoires avec leur enracinement local. L'identité de la salle (sa fonction d'exploitant avec une spécificité propre à ce lieu, cet exploitant, bref « l'idiosyncrasie » de son discours et son articulation avec l'espace public local) n'est pas contradictoire avec l'exploitation des possibilités numériques, cependant il ne faut pas oublier la spécificité du cinéma (donc ne pas agréger aveuglément). Le principe donc d'identité de la salle – et l'apposition consubstantielle de son spectateur – doit prendre en compte le procès de symbolisation, la logique de la médiation cinématographique de l'expérience et ceci, selon le contexte historique et esthétique d'une époque donnée. Rester sur une conception classique du métier d'exploitation n'est alors pas une meilleure stratégie que celle de faire de l'agrégation aveugle de valeur.

Ce qui nous apparaît être un bon exemple de parcours logiques de définition métier et de stratégie d'exploitation cinématographique est celui, dans un autre secteur géographique, de l'association *Atmosphère 53* en Mayenne⁵⁵⁵. Il est nécessaire de comprendre qu'il s'agit d'une localité plutôt rurale, la seule grande ville aux environs est Laval. Le peu de visibilité de ce secteur a néanmoins permis des expérimentations en termes d'exploitation. Il s'agissait, au départ, d'une association qui travaillait, bon an mal an, avec la salle de cinéma à Mayenne qui, par ailleurs, rencontrait peu son public et ainsi des difficultés financières. Cette association a d'abord réfléchi sur ce qui constitue les bases d'une cinéphilie : elle proposait donc des séances alternatives (au programme usuel de l'exploitation), avec un commentateur,

⁵⁵⁵ cf annexe 16 « entretien avec Antoine Glémain président de l'association *Atmosphère 53* », p.915

c'est-à-dire qu'elle travaillait activement une médiation ; elle organisait également des microdispositifs de pédagogie du cinéma à l'attention des écoles et des collèges (c'est-à-dire qu'elle organisait, en partenariat avec des enseignants, des séances scolaires, mais dont l'organisation n'était aucunement liée aux dispositifs nationaux). Les membres de cette association furent aussi parmi les premiers à reconnaître l'importance du public de plus 50 ans et offraient alors des projections particulières et des commodités d'accès à ce public. C'est donc le processus de subjectivation et la logique de médiation qui a d'abord été travaillé, expérimenté et reconnu par cette association ; réflexivité renforcée par une stratégie parallèle d'exploitation nomade, de village en village. Ce n'est qu'assez tardivement que *Atmosphère 53* est finalement devenue gérante d'un site. Mais, à ce stade, c'est-à-dire, à peu près en 2010, cette association semble offrir une conception, certes réflexive, mais toujours « classique » de l'exploitation. En parallèle, elle a organisé assez tôt, en 2005, un colloque sur la numérisation des salles, les stratégies et problématiques qu'elles impliquent pour une exploitation rurale. Depuis, cette association propose des réflexions sur son site Internet⁵⁵⁶. Ces différentes réflexions aboutit, depuis l'an passé, à un projet de constituer une petite association de production. Ainsi, à l'exploitation de film, elle peut désormais non seulement former à la production de film, mais également produire des œuvres. Les formats restent restreints et particulièrement ciblés sur des artistes et problématiques locales. Cependant, l'association vise à les intégrer, d'une manière ou d'une autre, dans ses programmations.

C'est là où l'on peut entrepercevoir des possibilités que permet le numérique : une autre organisation des séances, une multiplicité des films que l'on peut projeter (et, donc, une nécessité moindre de se positionner sur une actualité) et une articulation possible de son discours au sein de l'espace de projection et l'espace du site Internet. Et ces possibilités ne sont pas en contradiction avec le développement historique et logique du spectacle cinématographique. Ces formes de programmation connexe existent déjà dans d'autres sites et dans d'autres espaces culturels : la *Cinémathèque française* exploite déjà le rapport exposition / retrospective / conférence ; certains théâtres proposent, selon les spectacles, des projections annexes à la pièce ; beaucoup de sites d'art contemporain – comme Beaubourg – proposent

⁵⁵⁶ Nous retrouvons sur le site aussi bien des informations pratiques (tarifs, programmation, etc.) que des fiches explicatives pour chaque film diffusé, ainsi que des réflexions sur les thématiques et cycle de films qui sont organisés. De même y figurent des actes du colloque « cinéma numérique et développement rural », des réflexions sur le rapport Goudineau (sur le cinéma numérique), une « promesse » de l'association (« quel cinéma voulons-nous ? ») ainsi qu'une réflexion sur leur parcours (« ...20 ans après »). Ce qui est intéressant, c'est que ce site Internet exploite des logiques propres aux NTIC et fait beaucoup de liens internet et de renvoi à d'autres sites, d'autres textes, manifestant un réel souci de débat et de réflexion. Ainsi, à leurs actions dans les salles de cinéma, les membres de l'association poursuivent leurs pratiques réflexives sur Internet...

des séances de cinéma selon les thématiques de l'exposition... Évidemment, nous évoquons là des exemples spectaculaires parce qu'ils sont mis en place par établissements qui ont un budget conséquent. Cela n'empêche pas des projets proportionnels aux infrastructures. De même, voit-on se développer un certain nombre de réseaux associatifs sur le territoire, qui permettraient, précisément, de mutualiser les coûts de pareils dispositifs de médiation ; du reste, le GRAC, *Cinéma93* et bien d'autres associations arrivent déjà à mutualiser les coûts et à coordonner des actions thématiques qui permettent notamment aux dispositifs pédagogiques de se consolider. Ce n'est que par une politique associative que les exploitants pourront coordonner leurs actions et offrir des perspectives stratégiques pertinentes ; cela d'autant plus que l'État, par l'intermédiaire du CNC ne peut pas totalement servir de référentiel en ceci qu'ils sont eux-mêmes engagés dans le processus de coordination avec le marché⁵⁵⁷.

B. L'organisation marchande du cinéma et la participation des acteurs de l'espace public cinématographique dans cette organisation

Dans l'économie politique et symbolique du cinéma, il y a un conflit entre valeur d'usage et valeur d'échange. Le cinéma s'inscrit dans la pratique singulière d'un espace public ; les problématiques des spectateurs, des acteurs, ne sont, dans l'espace public cinématographique, pas moins des produits de subjectivation. Des produits de subjectivation générés par la logique capitaliste qui, par relâchement progressif des encadrements institutionnels, s'étend à l'ensemble des valeurs (éthiques, politiques et esthétiques). Lorsque c'est le cas, nous sommes précisément dans la condition postmoderne telle que la définit Fredric Jameson.

⁵⁵⁷ Nous en avons déjà parlé dans la partie 2 et nous venons de voir la complexité des problématiques que cette coordination engage. Ainsi, le CNC et même l'AFCAE sont des pouvoirs trop centralisés pour envisager des mesures locales pertinentes ; ce n'est pas leurs fonctions, puisqu'ils agissent en logique de coordination nationale. Ce qui explique, du reste, la lenteur de leurs procédures, notamment au sujet de la numérisation des salles.

Cela ne signifie pas que toutes les sociétés soient postmodernes ; cela signifie encore moins que le postmoderne est une rupture. Il s'agit de l'expression d'un capitalisme intégré, ou, plus précisément (et de manière plus juste), d'un ordre culturel qui s'intègre au capitalisme. Du reste, Goux rappelle que les racines paradigmatiques de ce que l'on appelle le postmoderne et l'ordre économique du capitalisme tardif reposant sur la « frivolité de la valeur » sont déjà bien anciennes.

Dès lors, la mécanique de valorisation du cinéma procède d'une occultation des forces engagées ; et la logique de marché – et plus encore de méta-marché – occulte des valeurs d'usages au profit de valeurs d'échanges. Le moteur problématique de l'évolution du marché du cinéma, des usages et de la perception porté sur le cinéma est précisément défini dès l'articulation problématique valeur d'usage / valeur d'échange ; le contexte actuel n'est que le prolongement, l'abstraction totale de cette opposition.

Nous avons déjà précédemment proposé une formulation générale de ce problème, appliqué à la médiation culturelle. Il s'agit maintenant de les préciser au niveau cinématographique. Ainsi, dans le domaine du cinéma, il y a à prendre en compte la valeur d'usage, la valeur d'échange symbolique et la valeur d'échange. La valeur d'usage désigne l'utilité d'un bien évalué, relative aux pratiques singulières au sujet, articule le plaisir du spectateur à son inconscient et au lien entre dimension symbolique du film et dimension imaginaire (sublimation). La valeur d'échange symbolique fait la médiation de l'échange ; elle est une valeur étalon qui articule la culture et le savoir à la place qu'occupe le film dans la représentation et dans l'expression des identités politiques. Enfin, la valeur d'échange articule le problème de la diffusion des œuvres et des salles et celui des coûts de la réalisation.

Cette démarche implique de saisir à la fois l'angle de la production et l'angle de la circulation. C'est-à-dire, d'une part, l'activité concrète, les pulsions, le travail d'élaboration signifiante ; d'autre part, l'échange abstrait sous l'égide de mesures (archiécriture, loi de l'Autre, etc.). Cela se complique, au cinéma, parce qu'il y a plusieurs valeurs en jeu : à la fois les valeurs marchandes et les valeurs esthétiques que nous appellerons la signifiante.

Les différentes valeurs, qui expriment les lois régulatrices inconscientes de la circulation, conditionnent le divers, le nivelle en vue d'une centralisation. Ce phénomène de centralisation est au cœur même de notre problématique – elle est précisément ce qu'il faut dépasser, ce que le *métamarché* ne fait pas (puisqu'au contraire, il le renforce sur une autre échelle) – et elle se retrouve sur différents plans que nous analyserons dans les prochaines pages :

- expérience filmique : les catégories de jugement sont adialectiques et ne rendent compte que des valeurs compensatrices (il faut alors aller puiser à la source de la relation d'échange) ;
- rapport à la salle et à la médiation de l'exploitant : oubli du travail du public au profit de la centralisation de la valeur sur le film (ce qui a comme corollaire une attention aigüe sur le box-office); de même, oubli du travail et du donné du public au profit de la centralisation de la valeur d'échange sur le prix du billet ; de même, indifférenciation supports ; problématiques de programmation : la sortie nationale implique l'oubli des spécificités sociales et locales (l'Autre est Paris et, à moindre mesure, les festivals)

Il s'agit, dans ce chapitre, de voir comment, progressivement, les acteurs de l'espace public cinématographique tendent à intégrer et à reproduire la logique du marché. Nous inviterons à distinguer autrement les acteurs : non plus selon la logique historique de l'institution et du marché (selon les objets qu'ils diffusent), mais selon les modalités de médiation (et son caractère dialectique) qu'ils proposent. Pour en rendre compte, nous reprenons ici les expressions de Karl Polanyi, selon qui il y a deux idéal-types : le *factor* – marchand motivé par le statut que lui confère la société ou l'autorité politique - et le *mercator* – marchand mû par le profit. Ces deux idéal-types sont deux formes d'intérêts sociohistoriquement déterminés. Il les présente pour illustrer la possibilité de commerce sans marché et une possibilité de formes alternatives de commerce : dons, gestion... Nous reprenons ces notions avec quelques petites modifications. Il s'agit de les saisir sous leur angle dialectique : ainsi, le *factor* est motivé par un statut, ce qui signifie qu'il a aussi des responsabilités vis-à-vis du statut et de l'espace public ; le *mercator* est mû par le profit, ce qui implique qu'il doit veiller à un marché suffisamment stable pour qu'il puisse être visible et générer du profit. Le *factor* gagne en légitimité en exposant les critères à partir desquels il est qualifié et, dans le champ de l'exploitation, se caractérise par une approche réflexive de sa fonction et de la médiation cinématographique. Le *mercator*, quant à lui, doit considérer les critères comme acquis, comme une sorte d'évidence « naturelle » afin d'illustrer au plus vite sa singularité ; dans le champ de l'exploitation, cela se caractérise par une logique de niche et/ou d'offres différenciées. Le premier expose les logiques à l'œuvre, l'autre les occulte.

Cette différence ne s'opère pas qu'aux seuls exploitants, mais à tous les acteurs de la filière. De même, cela peut s'appliquer à n'importe quelle « profession » s'intégrant dans l'économie des singularités. Ce que craint Karpik, dans son chapitre sur la désingularisation

n'est rien d'autre que la mise en exergue des effets pervers de certains dispositifs de jugement qui tendent à consacrer exclusivement les *mercators*.

Nous allons néanmoins nous concentrer sur les exploitants et leurs partenaires directs : d'où le fait que l'on parlera de la distribution, mais aussi de la critique. Pourquoi aussi la critique ? D'une part, pour voir l'ambivalence des discours qui sont généralement donnés au public – ce qui montre bien que le public n'est pas idiot, mais réagit aussi en fonction de l'espace public cinématographique – et d'autre part, parce que les salles exploitent les critiques pour valoriser leur film et, en choisissant une critique *factor* ou *mercator*, elle tend à s'engager et à engager son public dans une logique *factor* ou *mercator*...

C'est à la fin de ce chapitre que nous proposerons, de manière générale, une proposition alternative à ces *mercators*, en insistant sur la manière dont les *factors*, les médiateurs peuvent s'inscrire dans le marché, sans pour autant réduire la logique de la médiation ; ce qui nous apparaît important, c'est que, loin de détruire un marché, ce positionnement peut le rééquilibrer.

i. Les valorisations du cinéma

Nous avons compris que la problématique - qui s'exprime dans l'articulation problématique institution / marché, dans le positionnement des médiations - est le conflit entre valeur d'usage esthétique / valeur d'échange symbolique et valeur d'échange marchand. Selon le positionnement du discours dans l'économie des singularités, selon le parcours « historique » du film dans la chaîne de valorisation au sein de cette économie, les conditions d'expériences esthétiques changent, la matière de l'objet est transformée, ainsi que la perception que l'on porte sur lui.

Ce que pointe Kaprik est que, si cet état de fait se radicalise, le marché risque de s'écrouler. Autrement dit, l'état de fait actuel est extrêmement problématique, de notre point de vue, comme du point de vue institutionnel, comme du point de vue d'une pérennité du marché. En effet, ce marché ne tient qu'aussi longtemps qu'il y a un capital confiance / croyance de la part des consommateurs ; ce capital confiance / croyance ne peut pas être produit par le marché. Il implique des expériences singulières que ne peut pas prendre en compte une pure logique de marché. S'il y a confiance / croyance, c'est parce qu'il y a une problématique d'articulation singulier / collectif, des problématisations de la sociabilité qui motive le

spectateur et donne tout son sens à l'expérience esthétique. Or, manifestement, le marché tel qu'il semble configuré par Karpik, illustre moins d'une relation dialectique singulier / collectif, qu'une sorte de schéma inductif où le collectif est déterminant dans le choix, mais dont la compensation est une délégation de pouvoir d'expert, dans un deuxième temps, au spectateur. Le marché veille à maîtriser la demande, mais ne rend pas compte de l'expérience.

C'est sur ce point précis que les médiateurs peuvent se positionner. Ils ne sont pas seulement des diffuseurs mais également des acteurs qui participent de la singularité de l'expérience. Ce faisant, ils réarticulent esthétique et politique, offrent des espaces critiques. Cependant, les rationalités des acteurs – ainsi que celle des spectateurs/consommateurs – sont trop mobilisés dans un cadre référentiel trop centralisé et trop large, pour ne pas dire trop abstrait. Réencaster l'économie politique du cinéma, reconnaître la dimension professionnelle des exploitants implique déjà de prendre en compte les spécificités du lieu du cinéma : dispositif de « réception », localité où s'inscrit ce dispositif.

D'une part, le cinéma a une importance considérable dans le développement d'un territoire. Il s'agit d'un lieu de vie, d'un espace de sociabilité, d'animation où les membres d'un espace donné participent ensemble à la sociabilité. De plus, là où la programmation devient importante c'est dans la manière dont on articule cette sociabilité locale à des problématiques plus larges, plus globales ; pour le dire autrement, c'est en faisant l'épreuve de lasciabilité et en comprenant les logiques symbolique que l'on peut interpréter des films d'horizons divers, comprendre les problématiques de sociabilité à une échelle locale, mais également celle d'autres localités, voire comprendre les problématiques – par intertextuelité et connexion – sur une échelle beaucoup plus grande. Ainsi, si nous critiquons les dérives du processus de qualification « art et essai », nous ne négligeons pas l'importance de ce type de programmation dans l'épanouissement des esprits de ses spectateurs et à leurs ouvertures sur le monde. Néanmoins, cela n'est possible que suite à une grande réflexivité et à l'assurance de sociabilité.

Nous avons déjà eu l'occasion de pointer qu'inversement, la rationalité des politiques urbaines visaient moins cette logique du local vers le global qu'au contraire, une valorisation du local référée au global ; ainsi, par exemple, le Grand Lyon qui investit plus sur des événementiels que sur une politique de soutien des salles et qui, malgré de mauvaises

expériences avec UGC⁵⁵⁸, continue un partenariat en vue d'introduire un multiplexe dans un quartier de luxe en construction⁵⁵⁹. UGC, comme marque, apporte dès lors une valeur ajoutée au quartier des *Confluences*.

⁵⁵⁸ Roger Sicaud, responsable cinéma à la DRAC Rhône-Alpes, avec nous nous sommes entretenus, offre un aperçu de l'ensemble des problématiques :

« Moi :

Pour rester sur ces thématiques de changement, justement, le Comoedia pourrait ramener un souffle, y compris pour le Grand Lyon, et pourtant le conflit s'enlise avec UGC, pourquoi ?

RS :

À l'origine, le Comoedia appartenait à la famille (Lapoul) qui possédait également l'Astoria, le Palais des congrès, l'Ambiance... Et cette famille était le roi de l'exploitation lyonnaise dans les années 1960-1970 : elle a fait venir, en 1961, le 70mm, le cinérama ; elle se concentrait sur la technique, le confort de salle.

Elle était dans le GE de l'époque Gaumont-Pathé et comme elle possédait les salles les plus rentables, elle décidait quelle salle sortait quelle film. Et UGC commençait à les détester parce que, pendant cette période, cette famille a réussi à empêcher que les exclusivités du GE Gaumont-Pathé sortent dans les salles de la Part-Dieu. Par exemple, ET de Steven Spielberg était interdit dans les salles UGC de Lyon, parce que les (Lapoul) étaient puissants et donc ce film sortait que dans les salles Pathé et Comoedia point barre. C'était ça les conditions de l'époque. Il n'y avait pas encore vraiment de médiateur de cinéma. Les films sortaient dans des conditions étroites et les (Lapoul) avaient réussi à moderniser leurs salles parce qu'ils empêchaient que les films phares passent ailleurs.

Il y a d'ailleurs eu une pétition des commerçants de la Part-Dieu qui estimaient que l'interdiction d'un tel film, qui draine autant de monde, interdit au sein du centre commercial portait préjudice à son image.

Cependant, vers 1993, ils ont été obligés de revendre leurs salles. Un des frères a eu de graves ennuis de santé et puis, manque de chance par rapport à leurs homologues dans plusieurs villes, ils n'avaient pas d'héritiers. C'est UGC qui a donc racheté le Comoedia, l'Astoria et l'exploitation cinéma du Palais des Congrès. Une fois que le Palais des Congrès fût détruit pour le projet de la Cité Internationale, UGC était prioritaire pour y construire un multiplexe car cela était convenu dans la concession par le Grand Lyon.

Donc UGC a fait une bonne affaire : rachat en gros et puis possibilité de remplacer le peu rentable Palais des congrès pour un multiplexe. (...) Marc Bonny et Marc Guidoni ont négocié avec le racheteur des murs (qui voulait faire une résidence étudiante et une superette) pour avoir le temps de lui présenter un projet de réouverture du cinéma. Le projet est intéressant et le promoteur leur accorde les lieux.

Deux choses ont agacé UGC dans cette histoire. D'abord, simplement que le cinéma rouvre. Ainsi, UGC attaque Marc Bonny sur le nom Comoedia qui cependant existait bien avant UGC et, à ce titre, manifestement Marc Bonny a gagné sur toute la ligne. Mais UGC a aussi attaqué le CNC qui a accordé de fortes subventions Art&Essai pour l'ouverture de la salle (650 000 euros). Pour le moment, le CNC semble sortir gagnant, mais c'est une procédure qui va encore durer. Donc UGC va sans doute perdre sur toute la ligne. (...) UGC n'apprécie en fait pas qu'une salle soit mieux gérée par d'autres et ont estimé que les entrées au Comoedia sont des entrées en moins à l'Astoria et à la Cité Internationale. Pareil contre le développement des salles à Vénissieux : ils estiment qu'il y a là concurrence déloyale. C'est une stratégie d'attaque tous azimuts ; ils font aussi du pénal ».

Cf « entretien avec Roger Sicaud, responsable cinéma à la DRAC Rhône Alpes », annexes

⁵⁵⁹ « Il faut déjà bien séparer le Grand Lyon comme espace géographique et le Grand Lyon comme dispositif politique.

Commençons par parler du Grand Lyon géographique. Lyon a toujours été la deuxième ville du cinéma, même si Marseille est passé devant pendant un moment. Mais, pour l'heure, il y a un réseau important de salles indépendantes qu'on ne retrouve pas dans les autres grandes villes (Marseille, Bordeaux...). Cela est dû aux mouvements de cinéphiles qui s'appuient sur un municipalité pour (ré)ouvrir une salle (d'abord Vénissieux, en 1978, puis d'autres villes ont suivi : St Priest, Bron...). (...) La municipalité s'est posée comme garante de ce « loyer ». Alors que les choix semblaient risqués (Art et essai, films en V.O.), le résultat s'avère positif. Du coup, ces cinéphiles sont retournés voir la municipalité pour demander un cinéma neuf. Face à la réussite de leur travail pendant 8 ans, la municipalité répond à leur demande. À Sainte Foy, l'histoire est un peu similaire... Donc, avec tout cela, on a un réseau incomparable en France.

C'est là un des enjeux dramatiques avec le Grand Lyon – entendu ici comme dispositif politique – et qui, en 2000, a établi un schéma pour faire venir trois multiplexes. Le Grand Lyon pensait qu'une cohabitation serait possible et que l'offre cinématographique serait élargie. Malheureusement, au final, les multiplexes sont plus

Ce n'est que dans les localités plus désertées que sont expérimentées des formules plus innovantes – ou, au moins, plus proches des problématiques de médiation culturelle. Par exemple – et nous reviendrons dessus plus précisément dans le cadre de propositions stratégiques – le département de Mayenne. Cela s'explique, somme toute, assez logiquement : étant relativement exclue de l'espace de visibilité et d'attractivité au niveau national, des localités (comme Mayenne, ou certains départements bretons) n'ont donc aucun devoir implicite d'appliquer des procédures de valorisation telles que définies par le marché et les grands pouvoirs centraux. Elles n'ont rien à défendre et, du coup, deviennent des laboratoires.

D'autre part, il serait pertinent de faire une sémiotique de l'architecture et de l'aménagement des salles. Au-delà de la question du confort des sièges et de la bonne visibilité de l'écran, ce qui est intéressant est la dimension imaginaire du cinéma que proposent ces espaces. Cet imaginaire est l'objectivation, une expression de l'identité esthétique et politique, de la relation symbolique qui s'opère en ce lieu. Ainsi, voyons-nous souvent des salles *art et essai* appliquer une sémiotique de « l'exigence », avec un décor extrêmement minimaliste – que rejoint, par ailleurs, et malheureusement, souvent l'accueil par les agents – dont l'exemple paradigmatique est l'ensemble des salles CNP⁵⁶⁰, à Lyon, qui n'offrent généralement qu'un guichet, un petit couloir avec les critiques de films comme seules informations qui leur sont relatives et des salles réduites, avec, dans l'un d'entre elles, un poteau qui obture la vue sur l'écran ! C'est dire si cette sémiotique vise à consacrer toute la

nombreux que prévu, sont plus grand prévu et sont extrêmement agressifs... Du coup, il devient difficile de sauvegarder le cinéma de proximité.(...)

le Grand Lyon avait eu une idée intéressante après l'arrivée de CGR à (Briniay), c'est-à-dire pas loin de Lyon et pas mal d'opérateurs voulaient s'implanter dans l'est Lyonnais. Vers 1999, le Grand Lyon a décidé de réfléchir sur un plan global plutôt qu'au coup par coup. Ils ont compilé toutes les demandes d'implantation et ont demandé une étude au cabinet Ernst&Young afin d'évaluer le nombre de sites de multiplexes que pourrait supporter le Grand Lyon en plus de l'offre actuelle et sans trop mettre à mal le réseau de salles indépendantes. La conclusion de Ernst&Young, avec les données de l'époque, était de dire que « il y a de la place pour deux, voire trois multiplexes de taille moyenne, étalés dans le temps ». Pour le dire autrement : des sites de 10 salles maximum, qu'on implante l'un après l'autre (on met un ou deux sites puis on attend de voir si il y a de la place pour un troisième).

Le problème, c'est que très vite (vers 2001) le « deux, voire trois » est tout de suite devenu « trois » pour des raisons « géopolitiques » de sites.(...) Donc, « le deux, voire trois » est devenu « trois ». Après, quand il y a eu un changement d'équipe municipale et que Gérard Colomb est devenu maire de Lyon, la mairie a modifié sa position : le projet de Gerland est interrompu et l'on se positionne de préférence sur le projet du Confluent. La municipalité propose à UGC le Confluent à la place de Gerland et UGC accepte.(...) Tout ça pour dire que, contrairement à ce que proposait Ernst&Young, les ouvertures de multiplexe ne sont plus étalées dans le temps, mais arrivent tous en même temps et tous en retard. Mais surtout, les opérateurs ne se contentent pas de 10 salles car c'est un nombre insuffisant de salle pour assurer la logique des cartes illimitées (il faut montrer tous les films, il faut donc aussi de la V.O. et de l'Art&essai). Le nombre raisonnable de salle pour eux est 14 voire 15.

Donc aucune des bonnes idées de départ ne sont respectées ». ibid.

⁵⁶⁰ Cf image Annexe 5 : CNP Terreaux, Lyon et le multiplexe Pathé, Conflans-Sainte-Honorine, p.830

puissance imaginaire au film ; mais c'est dire aussi le peu d'attention que ces salles accorde à l'événement qui se passe dans la salle – événement tout aussi important dans l'expérience. L'on ne peut s'empêcher de garder en tête la dimension « réelle » de l'échange entre l'exploitant et le spectateur : le spectateur paie pour voir un film, point.

Les salles MK2 ont réussi à offrir une autre conception de la sémiotique de l'exigence – conception reprise par beaucoup de salles *art et essai* construites ces dix dernières années. Cette nouvelle esthétique de l'exigence – ici moins « rudimentaire » - renforce la dimension hétérotopique du cinéma, tout en assurant une continuité esthétique et symbolique avec l'espace culturel. Ainsi, il s'agit de jouer sur des contrastes et sur des liens. Les trois « couleurs » MK2, que sont le noir, le blanc et le rouge expriment très bien cette logique : il s'agit de jouer sur la sobriété du noir et du blanc – qui a le mérite d'être à la fois le contraste le plus absolu et le plus élégant -, harmonisé par le rouge, signifiant de la passion. Car c'est un lieu de passion. Et le rouge accompagne le visiteur, y compris sur son siège. Les espaces sont par ailleurs bien souvent lumineux – à l'image de ce qui compose la technologie du cinéma - , mais sans outrecuidance (c'est notamment une des fonctionnalités du noir). Il y a d'autres exemples, d'une telle sémiotique, que l'on peut trouver au *Comoedia* de Lyon, à *l'Ex-Centris* de Montréal, ou encore le *Majestic* à Lille...L'important est dans les traits qui caractérisent une séparation du dedans et du dehors, tout en soulignant un lien entre eux ; les manières de caractériser la séparation et le lien sont toujours des exploitations du registre culturellement dominant, donc aisément interprétable. C'est le minimalisme qui doit, cependant, primer : c'est, encore une fois, le film qui concentre l'expérience de la signification.

Inversement, les multiplexes exploitent une sémiotique de *l'opulence*. Il s'agit moins de valoriser le film, que de valoriser le lieu à travers une exemplification de la magie du cinéma. C'est donc à travers l'imaginaire cinématographique en général – et, en particulier, à travers son opulence – que l'on vise à donner au lieu un caractère exceptionnel. Il y a, dans les multiplexes, une nette séparation du dedans et du dehors. Les lieux sont extrêmement lumineux, les murs couverts de photo de tournage ou de stars, les plafonds sont parfois « étoilés »⁵⁶¹... au contraire de la première sémiotique de l'exigence, ici tout est étudié pour occulter le réel de l'échange entre l'exploitation et le consommateur. Au contraire, le spectateur est plongé dans un espace hautement symbolique : comme s'il était plongé de

⁵⁶¹ Cf image du multiplexe Pathé de Conflans-Sainte-Honorine, Annexe 5 : CNP Terreaux, Lyon et le multiplexe Pathé, Conflans-Sainte-Honorine, p.830

« l'autre côté du miroir », de l'autre côté de l'écran, il participe, d'une certaine manière, du monde du cinéma – il n'en est évidemment rien, c'est là même toute la problématique critique que nous posons à ces salles : celle de ne pas rendre compte des questions de projection, de distanciation qui s'opèrent dans l'expérience du film dans une sociabilité donnée, et, au contraire, de tendre à faire croire qu'elle a lieu aussitôt que nous consommons dans ce lieu. Il serait faux de considérer qu'il s'agit – pour reprendre l'expression de Marc Augé – d'un *non-lieu* ; au contraire, il se caractérise moins comme espace transitionnel, qu'en *hyper-lieu*, lieu de connexion au symbolique. Le spectateur est plongé dans un lieu qui manifeste la logique de flux propre au marché ; il offre au spectateur une certaine manière de s'y inscrire et d'y participer. C'est, d'ailleurs, parce que cette connexion est surreprésentée que l'économie du lieu vise moins la valorisation du film, que la valorisation des « tactiques », des parcours et consommations de l'utilisateur au sein de ce lieu – c'est là toute la différence entre connexion à la logique de flux du marché et conception dialectique de sociabilité et d'appartenance. Et, à ce titre, ce n'est pas pour rien que, par exemple, le multiplexe de Laval propose, dans le cadre de projections d'opéras filmés, de reproduire les habitus de l'opéra, avec des coupes de champagne pendant l'entracte !

Ce qui devient intéressant, c'est que, lorsqu'un spectateur est habitué à la logique des multiplexes, il n'apprécie que très peu les autres formes d'exploitations (*art et essai*, complexes de centre-ville, salles de proximité) : c'est que derrière les signes de *l'opulence*, l'on tend à interpréter des signes de « générosité ». Les différentes consommations, dans ces lieux, apparaissent presque comme s'inscrivant dans une logique de don / contre-don. Inversement, la sobriété des autres exploitations peut apparaître comme une absence d'imaginaire, un manque de générosité ; et la réduction même des possibilités de consommations « contre-don », tend à mettre plus en avant le réel de l'échange, à savoir payer un billet pour voir un film. Cette hypothèse de « l'apparence de générosité » n'est, malheureusement, pas vérifiable. Cependant, elle nous vient à l'esprit à partir de ce que l'on peut entendre à propos des films diffusés dans ces différents types de salles : l'on peut entendre dire, par exemple, que les films de Godard sont insupportables tant ils sont incompréhensibles, inversement beaucoup de spectateurs « apprécient » le côté magique d'*Avatar* ; c'est que Godard, en ne fluidifiant pas l'expérience du spectateur en exploitant des codes et des mécaniques expressives communément admises, apparaît comme moins « généreux », moins reconnaissant. C'est que, une fois encore, par les effets d'abstraction liés au procès de symbolisation, l'on prend les données à l'envers : au contraire, Godard vise un

« spectator in fabula »⁵⁶² bien plus intelligent que James Cameron, il propose des questions là où l'auteur de *Titanic* émet des jugements implicites...

Une sémiotique complète exigerait également une analyse complète de la sémiotique des salles qui s'inscrivent dans un dispositif culturel. Par exemple, Beaubourg, ou la Manutention à Avignon. Ces formes d'exploitations parallèles permettraient de trouver, dans une période donnée, les traits les plus saillants pour exprimer un cadre cinématographique. Au même titre que nous avons cherché des traits saillants des conditions de projection cinématographique à travers les séances de *CinémaDifférences* (séances organisées pour recevoir des publics souffrant de troubles autistiques, de trisomie et dont le dérèglement du comportement empêche d'être inscrit dans les cadres « ordinaires » de sociabilité). Cela dépasse pour l'heure le cadre strict de la présente thèse ; nous le notons parce qu'il s'agit d'un outil de réflexion pertinent en vue d'une stratégie d'exploitation.

Il est également nécessaire d'évoquer ce que l'on pourrait appeler la « médiation invisible ». C'est précisément un des deux grands éléments problématiques qui a servi de point de départ à notre réflexion. Ce que l'on met comme objet, derrière cette étrange catégorie, sont tous les dispositifs de « lecture » (plus ou moins individuelles) du cinéma : magnétoscope, DVD, ordinateur, etc., c'est-à-dire des supports qui ne véhiculent pas d'imaginaire cinématographique manifestement inscrit dans une logique de sociabilité, mais individualisé comme lecture. La position du sujet, dans cet « ordre de l'expérience » (pour reprendre l'expression « ordre du discours » de Foucault) fait qu'il est moins spectateur, que lecteur. Du reste, la touche de mise marche sur le magnétoscope est « lecture » (les anglophones exploitent un caractère plus théâtral avec le mot « play »).

Le film est alors moins « présenté » qu'il n'est lu. Et c'est toute la logique symbolique qui change. La dimension de « publicité » est totalement occultée ; elle doit être « intégrée » par le spectateur, « intégré » dans son regard. C'est dire la posture « dramatique » dans laquelle il se trouve : il devient le seul référent de l'interprétation – y compris de ce qui devrait être une interprétation globale (que manifeste plus ou moins la salle. Car, au contraire de ce que l'on

⁵⁶² Nous reprenons, « à la sauce cinématographique », l'expression « lector in fabula » d'Umberto Eco. Il s'agit de considérer que l'œuvre ne dit pas tout, mais requiert une interprétation de son lecteur ; l'auteur construit alors un « lecteur modèle », qui a un certain nombre de compétences, afin d'établir un jeu de « dit » et de « non dit » dans l'œuvre, que le lecteur doit repérer et mettre en relation. Autrement dit, il s'agit de « jouer » de la distanciation et reconnaître les interprétations comme production de signification et comme limite du rôle discursif de l'auteur (et donc de son pouvoir symbolique). Autrement dit, Godard prétend à un moins grand pouvoir symbolique que James Cameron.

Eco U., *Lector in fabula ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Grasset, 1979

croit, si c'est un gain de temps et de pouvoir qu'obtient le sujet qui a pareille possibilité, c'est également un gain de responsabilité, de travail de réflexivité. Cela se manifeste notamment dans la manière dont notre concentration doit être accrue, tant elle est parasitée par des éléments extérieurs, et peu accompagnée par l'imaginaire cinématographique.

Il est intéressant de voir la manière dont les NTIC permettent néanmoins d'intégrer la question du *point de vue*. C'est précisément ce point qui nous apparaît être à l'œuvre avec l'usage de liens vers des vidéos ou des films sur les réseaux Internet de sociabilité. Car, pour être visible sur Internet, il faut créer et établir un certain nombre de liens ; ceux-ci sont moins des affirmations identitaires qu'au contraire des démarches de reconnaissance et de partage. Il y a une présence de règles morales tacites, de règles d'échanges et de reconnaissances tacites qu'invite à penser l'artiste *net-art* Marc Veyrat :

« *via Internet, le sujet doit se penser en re-présentation sociale. Il est figuré, de manière contemporaine, à travers les « liens » qu'il tisse, lie et délie, abandonne sur le Web* »⁵⁶³.

Une fois encore, une approche dialectique doit saisir cette évolution vers l'abstrait d'une manière positive et négative. Le caractère positif est la manière dont le sujet doit reprendre en charge les logiques de sociabilité et participer à un régime global de sociabilité. En ce sens, l'on tend à s'approcher du rêve kantien du lectorat intelligent. Cependant, le film – et sa logique initiale de production et d'interprétation – est occulté au nom de ce régime de sociabilité. Cela peut donc aboutir à l'effacement de l'historique de l'expérience esthétique pour se placer exclusivement sur la temporalité et la logique de liens propres à l'Internet, ce qui est une aliénation radicale.

Nous comprenons la logique qui a conduit à l'offre actuelle de cinéma. Les dispositifs de jugement, les appareillages de marché, tels que rendus par Kaprik permet de comprendre un peu les structures d'offres et de demandes. Reste à déterminer la participation des acteurs dans la construction de ces dispositifs. En effet, le marché n'est pas une entité abstraite qui transcende et décide du sort des sujets ; il est corrélatif d'un espace et ce sont aussi les actions et décisions des acteurs de l'espace public cinématographique qui tendent ou non à une possible désingularisation. C'est donc moins à l'aune de la logique historique (vue en partie II) de qualification par la diffusion ou la connaissance de films, que nous allons qualifier les

⁵⁶³ Cf notamment son intervention « U-rss : une fabrique du contemporain », dans le congrès AIERTI/IAWIS *Imaginary / Imaginaire*, Montréal, août 2011

exploitants et les critiques, mais à l'aune du caractère plus ou moins dialectique de leur proposition, de la manière dont ils élaborent une logique d'articulation entre esthétique et politique, expérience singulière et sociabilité. Les *factos* sont ceux qui y contribuent, les *mercators*, au contraire, tendent au déni de ce problème et s'inscrivent (plus ou moins volontairement et avec plus ou moins de réussite) dans la logique adialectique du marché.

ii. Requalification des exploitations : Factor / mercator dans la médiation singulier / collectif

Instinctivement, nous placerions les salles *art et essai* dans une dimension *factor* et les multiplexes dans une dimension *mercator*. Mais, si les différences sont évidentes au niveau économiques, elles ne le sont pas au niveau des processus de médiation. Il y a, certes, de très rares exemples de multiplexes *factor* – peut-être celui de Sherbrooke au Québec-, mais là n'est pas l'objet de notre réflexion. Il s'agit plutôt de pointer les tendances « formalistes » du *factor* (autrement dit, la logique *mercator*) au sein des réseaux de salles qui défendent *l'art et essai*.

En effet, la frontière entre, d'une part, une approche qui donne des critères de compréhension donne des conditions de distance critique et, d'autre part, une approche qui s'enracine dans une logique qu'elle performe plus qu'elle ne l'explicite, n'est pas visible sous la seule qualification « art et essai ». Il s'agit donc de réfléchir en deçà des qualifications, et saisir les dérives propres à une occultation des critères de qualification. Dans sa thèse, portant sur les relations entre les salles *art et essai* de la région PACA et leur public, Michaël Bourgatte propose un historique de la notion « art et essai » qui est particulièrement éclairant⁵⁶⁴. D'une part, il rappelle, à juste titre, l'équivocité de la formule :

« Cette terminologie d' « Art et Essai » se base sur deux notions que l'on peut définir comme ambiguës et floues. Celle de cinéma « d'art », tout d'abord, qui n'est pas dotée d'une assise permettant de dire qu'elle se rapporte à certains films et pas à d'autres. Il s'agit de l'ensemble « des films qui sont de nature à susciter des émotions esthétiques chez le spectateur » La notion « d'essai », quant à elle, se veut plus précise, mais reste hasardeuse. (...) un film d'essai est considéré comme un « film de caractère

⁵⁶⁴ Bourgatte M. *Ce que fait la pratique au spectateur. Enquêtes dans des salles de cinéma art et essai de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur*, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, 2008, dirigée par Emmanuel Éthis, Université d'Avignon. Disponible sur : http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/36/97/30/PDF/These_Bourgatte.pdf, consultée en août 2010

expérimental dont le style ou le contenu montre l'intention d'ouvrir des voies nouvelles et des nouveaux modes d'expression à l'art cinématographique ». En dehors de ces quelques considérations épistémologiques, il apparaît, en entretien, que le terme « d'art » fait référence à des représentations chez l'individu que celui « d'essai » n'active pas, peu ou mal. Il fait le plus souvent écho à la définition ici présentée et se voit largement marqué par l'image dichotomique qui existe entre « cinéma commercial » et « cinéma Art et Essai ». ».⁵⁶⁵

Il est évidemment impossible de réellement caractériser précisément les salles à partir de catégorisation de films, d'autant plus lorsque ces définitions peuvent être applicables à l'ensemble des films : en effet, le cinéma est une industrie de prototypes, et le film vise une émotion esthétique...

Les critères de qualification ne sont donc pas pertinents et l'épanouissement des réseaux de salles art et essai s'est enraciné sur des usages stratégiques de cette ambiguïté :

« Considéré, à tort, comme une niche élitiste, le secteur de l'Art et Essai s'inscrit pleinement dans une pensée culturelle des années cinquante et soixante qui est en rupture avec une pensée critique selon laquelle la montée de formes culturelles dites « de masse » instaurerait un déni de valeur des productions artistiques et intellectuelles. L'idée de l'ouverture au plus grand nombre et de la démocratisation de l'accès aux cinématographies les plus avant-gardistes caractérise pleinement le mouvement. L'introduction de ces considérations est le fait d'un homme : Jean Lescure, le troisième et dernier individu clef dans l'histoire du mouvement. (...)

Cette candidature est accueillie en demi-teinte par certains exploitants et certains critiques. C'est notamment Mme Peillon, très engagée dans le mouvement, qui s'oppose à la présidence de Jean Lescure. Les différends sont liés à des points de doctrines, certains des critiques et des exploitants étant attachés à « l'orthodoxie des principes : obligation de la version originale, souci rigoureux d'un choix restreint de films, respect absolu des textes pour être classé d'art et d'essai, limitation du nombre des cinémas classés afin de ne pas galvauder la formule ».

Mais Jeander, chef de file de cette « orthodoxie », souhaitant se retirer, l'opposition conduite par Mme Peillon ne trouve pas d'écho. Les adhérents de l'Association Française des Cinémas d'Art et Essai votent alors en majorité pour l'exploitant de l'Alcazar qui se fait élire sans difficulté. Cette élection marque un tournant dans l'histoire du mouvement Art et Essai, les actions de développement et de renforcement du mouvement conduites sous la présidence de Jean Lescure, qui restera à la tête de l'association jusqu'en 1992, étant toujours d'actualité. »⁵⁶⁶.

L'ouverture s'est faite par un abaissement des critères de qualification, permettant à plus de salles de s'inscrire dans le mouvement. Pour être qualifiée de salle *art et essai*, un

⁵⁶⁵ *ibid.*, p. 159

⁵⁶⁶ *ibid.*, p.160-163

établissement doit, compte tenu de la localité, diffuser un certain nombre de films estampillés « art et essai ». Ce n'est donc que dans une pure logique de programmation que cette qualification est accordée et les critères appliqués aux films eux-mêmes sont relativement peu restrictifs. Le problème de qualification des salles – et donc de définition de métier – est sans cesse reportée, d'abord sur les films, puis la qualification des films devient elle-même ambiguë. Il en résulte une manière très particulière de rendre compte de la pratique cinématographique.

Dans sa recherche, Bourgatte rend compte de la pratique telle que perçue par les spectateurs des salles *art et essai* en région PACA : l'accueil et la politique tarifaires sont incontestablement les points forts de ces établissements ; en revanche, contrairement aux multiplexes, le confort des salles, la qualité des projections et l'accessibilité des salles sont les points les plus critiqués. Symboliquement et concrètement, le cinéma d'art et essai est peu accessible. C'est un véritable engagement de la part du spectateur de s'y rendre. Il y a un certain paradoxe de voir des établissements qualifiés pour leur programmation qui, dans le même mouvement, n'offrent pas de bonnes conditions pour voir les films.

Cependant, la majeure partie du public est absolument fidèle : s'il y a un faible nombre de spectateurs, ils y ont une pratique très intensive qui constitue quasiment l'ensemble de la fréquentation. Autrement dit, ces salles fonctionnent grâce à des communautés de spectateurs. Les salles expriment une certaine pratique qui est fortement prise en charge et véhiculée par les spectateurs et leurs usages. Ce qui veut dire que, bien en dehors des critères de qualification, des discours portés sur la logique de risque et d'ouverture de ces salles, ce qui les fait « tenir », survivre économiquement est principalement le procès de sociabilité, établi par une communauté de spectateurs.

Reste à déterminer s'il y a un effet communautaire et si les salles exploitent ce communautarisme, ou si, au contraire, elles mettent en exergue le principe de sociabilité. Autrement dit, est-ce que les salles exploitent un effet de « distinction » (et donc se satisfont de la logique économique de marché avec « barrière à l'entrée ») ou bien visent-elles un effet de « socialisation » (c'est-à-dire qu'elles travaillent activement une médiation)? C'est précisément sur ce point que se distinguent les *factors* des *mercators*. Cette question se pose parce qu'il existe manifestement un moyen, dans les salles *art et essai* de pallier la question du « risque » dans les choix du spectateur – puisque les films programmés ont globalement moins d'informations que des blockbusters - ; du reste, il n'y en aurait pas que les salles ne rencontreraient plus de spectateur...

Il y aurait plusieurs moyens, plusieurs facteurs à prendre en compte. D'une part, une relation de confiance, où le spectateur croit suffisamment en la qualité de la programmation pour aller voir un film dans une salle précise ; ce qui implique que le spectateur est déjà plus ou moins fidèle. La question du prix est, par ailleurs, ici déterminante, en ce qu'elle « minimise » le risque ; mais, il demeure le problème de l'accessibilité et du coût en temps. Il y aurait, d'autre part, la question de la médiation en tant que telle : la manière dont on peut informer sur le film, sur la programmation, mais aussi la manière dont on met en scène le spectacle cinématographique.

Globalement, l'ensemble des salles *art et essai* jouent sur ces deux versants. La confiance est « travaillée » par une programmation pointue, ou, parfois, une ouverture sur des films plus « grand spectacle » afin de paraître plus attractif. Pour ce qui est de l'autre angle, se distinguent deux manières de procéder : la première, que nous défendons, vise à insister sur les rituels cinématographiques afin d'apposer les cadres de la *spectacularisation* (et donc de l'expérience de la sociabilité et de la sublimation esthétique) ; la deuxième insiste plus sur la sociabilité (au détriment, parfois, d'une mise en scène du spectacle cinématographique). Nous postulons que c'est principalement cette deuxième manière qui conduit à la rationalisation du risque de la part du spectateur telle que la définit Bourgatte :

« c'est finalement l'accumulation de prises de risques qui amenuise la prise de risque elle-même, de la même manière que le cascadeur oublie progressivement le danger et voit croître son plaisir et ses compétences au fur et à mesure qu'il effectue des cascades. Ce type de pratiques rend les expériences attractives du fait qu'elles recèlent, en creux, une part d'incertitude, génératrice de plaisir et favorisant la distinction sociale »⁵⁶⁷

Cette distinction est la qualification d'un sujet qui adhère au principe du cinéma *art et essai* comme support de connaissance et de savoir sur le monde (versus la distraction). C'est là tout le problème de la représentation de ces salles dans l'espace public : il s'agit d'une force, d'une qualification importante qui leur confère une légitimité ; mais cela implique aussi l'occultation de la *spectacularisation* au profit d'une éventuelle finalité (purement individuelle) du spectacle, et donc, une force aliénante sur le spectateur qui doit adhérer ou non à ces principes.

La différence entre le *factor* et le *mercator* se révèle notamment dans l'injonction de ces principes. Plus précisément encore, dans l'effet d'immédiateté qu'ils doivent avoir.

⁵⁶⁷ Bourgatte, op.cit., p.300

Prenons deux exemples bien différents, pour montrer la complexité de ce problème : d'une part, au niveau des stratégies sur le jeune public ; d'autre part, au niveau « d'événementiels ». Au niveau du jeune public, il est évident que les offres faites par les multiplexes sont *mercatores* : le spectaculaire est absolument déterminant et n'a pas de finalité autre que l'injection d'un certain imaginaire dans la conscience des spectateurs – du reste, l'efficacité de cette injection permet des offres alternatives de cet imaginaire dans les Happy meals de McDonald's, dans les jeux vidéos, etc. L'intérêt, la signification doivent être immédiats, pour être exploités et marchandés autour du film. *Toy Story 3* doit être compréhensible, et objet de désir pour jouer au jeu vidéo, voir les spin-offs, etc.

Malgré elle – et nous y reviendrons encore dans quelques pages – l'association *Fotokino* a aussi été dans une logique *mercator* : la finalité du spectacle – l'ouverture au monde – a occulté les modalités du spectacle, et, du coup, les jeunes spectateurs n'ont pas du tout compris pourquoi voir *Le voleur de Bagdad* en V.O. – ce qui les a conduit à ne pas comprendre le film et à vivre violemment cette séance. C'est que *l'art et essai* implique une certaine forme de domination du corps, un certain nombre de violences sur le spectateur que les adultes peuvent négocier, mais pas ces jeunes spectateurs. L'ouverture au monde et les modalités de spectacle que l'on a institué pour y parvenir ne sont pas de vérités absolues, mais des solutions historiquement déterminées ; de plus, ce principe d'ouverture ne préexiste pas au spectacle, il fait partie du spectacle. C'est bien cela que *Fotokino* a douloureusement compris.

Inversement, les logiques *factor* essaient d'offrir des conditions de possibilités de distance critique, d'ouverture au monde, sans pour autant fixer cette « ouverture » dans un horizon d'immédiateté. Ainsi, par exemple, le GRAC, association de salles, crée des programmes spécifiques à chaque public, et crée des séances particulières, faisant découvrir progressivement les logiques des rituels cinématographiques et des questions que peuvent poser les films. Les familles sont out à fait libres de se positionner par rapport à ces offres – de profiter des *ciné-goûters* ou, au contraire, d'aller dans des séances plus « ordinaires » -, voire même de participer activement à la médiation (notamment dans la partie « goûter » des *ciné-goûters*)⁵⁶⁸. Cette perspective est intéressante parce qu'elle relie les familles – qui sont les premiers prescripteurs dans le développement d'un jeune spectateur – avec l'exploitation cinématographique qui, elle, veille à montrer les jeux et enjeux de la socialisation. Il n'y a pas de finalité autre que la création de ce lien et que de montrer le cinéma comme lieu de

⁵⁶⁸ cf Annexe 8 : « Entretien avec Gregory Tudella, responsable Jeune Public au sein de GRAC », p.826

sociabilité bienveillante. Cela est d'autant plus important que, malheureusement, beaucoup de jeunes spectateurs rencontrent le cinéma, pour la première fois, dans le cadre de dispositifs scolaires : le cinéma y est alors, malgré tout, trop rattaché aux institutions.

Face à cette même problématique, le cinéma *L'Alhambra* prend justement en charge les dispositifs scolaires de tous les Quartiers Nord de Marseille. Cependant, ce cinéma insiste sur trois points : d'une part, William Benedetto rappelle aux enseignants qu'il ne sert à rien d'apposer une forte somme de connaissances autour des films, et qu'il vaut mieux privilégier un questionnement ; d'autre part, son travail consiste plus à offrir un véritable cadre de spectacle cinématographique, avec ses rituels et la reconnaissance de chacun de ses spectateurs, que de faire un travail de programmation, mettant en valeur un patrimoine cinématographique ; enfin, le rapport au film doit être « vivant », c'est-à-dire que les médiateurs ne doivent attendre aucun retombée immédiate de l'effet du film sur le spectateur – espérant que, peut-être un jour, ce film résonne en lui – et veille plutôt à garder un lien avec le public, notamment en proposant aussi des films plus « immédiatement attractifs »⁵⁶⁹.

Nous sommes donc bien loin, ici, de la question de « distinction ». La « distinction » est, selon nous, une qualification positive qui occulte les violences faites sur le public ; le public est reconnu et valorisé comme « distingué » du fait même qu'il n'apparaît pas nécessaire de faire un travail de médiation. Nous sommes extrêmement critiques quant au raisonnement fallacieux qu'il implique. C'est à ce titre que nous pensons que Bourgatte s'est fourvoyé dans son interprétation des événementiels *Nuits fantastiques* à l'Utopia d'Avignon ; erreur qui rend compte, en sibyllin, de la mauvaise manière qu'il a d'interpréter la question des communautés. La *Nuit fantastique* s'organise de la manière suivante : l'événement a lieu un samedi soir, quelques semaines avant Noël, de 20h à 6h du matin ; les spectateurs sont invités à se déguiser et à amener de la nourriture ; il y a cinq projections et surtout, des pauses, en plein air, autour d'un brasero. C'est la convivialité de ces pauses et les performances des spectateurs dans la salle qui font tout l'intérêt de cet événement (dont on trouve d'autres exemples, dont le plus connu est celui du *Rex* à Paris). Bourgatte, reprenant les théories de Jean-Marc Leveratto⁵⁷⁰, se sert de ces exemples pour illustrer la logique du corps comme mesure de l'art et de sa manière d'indiquer la valeur communautaire du public ; en sibyllin, il défend la salle qui accueille ces événements, en ce qu'elle illustre d'une logique d'ouverture. Nous avons plusieurs choses à répondre à cela.

⁵⁶⁹ Cf Annexe 14 : « Entretien avec William Benedetto, ancien assistant du directeur et nouveau directeur de L'Alhambra », p.892

⁵⁷⁰ Leveratto J-M, *La mesure de l'art*, Paris, La dispute, 2000

D'une part, il s'exerce toujours une « violence » (si l'on prend l'imposition non-réflexive de normes comme « violence ») dans le principe de ces soirées – il y a toujours des protocoles à respecter – et, en outre, la question de ces violences sont même reportées, puisqu'on les applique sur les films. Ainsi, non seulement la question des rituels et des « travaux » sur le corps n'est pas réellement traitée, mais, en plus, elle est camouflée derrière l'apparat ludique de l'expérience. Cela est symptomatique d'une lecture non dialectique des problématiques – ce que nous reprochons, par ailleurs, également à Leveratto – et qui conduit à des problématiques biaisées. En effet, concevoir qu'il y a des effets sur le corps, et une négociation entre le corps du spectateur et la communauté et le film, est une chose, la détermination de leur nécessité et de leurs limites en est une autre ; ce deuxième point n'est pas pris en compte par Bourgatte, du coup, toute manifestation communautaire lui apparaît comme positive. Or, concrètement, ce qu'il se passe dans ces événementiels, est moins une sorte de spéculation (rêvée) du corps mesure de l'art, qu'un jeu : le principe de ces événements, c'est de jouer à ceux qui maîtrisent et connaissent suffisamment bien les règles du spectacle cinématographique pour les subvertir et maintenir un spectacle. Cependant, c'est là notre deuxième remarque, en changeant de règle, on change le spectacle, ce que semble ignorer Bourgatte. La communauté, ici, se rassure d'elle-même, se rassure de la validité de ses critères. La médiation, ici, est moins une médiation cinématographique, ou une réflexion sur celle-ci, qu'une médiation comparable aux « cultes de Dionysos » :

« Le culte de Dionysos est le culte qui constitue, à Athènes, la dimension proprement esthétique de la sociabilité et du politique : c'est le culte de Dionysos qui constitue véritablement, dans la culture athénienne, la dialectique de l'esthétique et du religieux, c'est-à-dire à la fois la dialectique entre le culturel et le politique et la dialectique entre l'extase singulière, proche de l'hystérie, et la ritualisation collective, qui prend la forme des grandes assemblées rituelles de l'hémicycle du théâtre antique »⁵⁷¹.

C'est la performance individuelle, s'inscrivant dans une logique collective qui apparaît comme déterminante. Nous insistons encore une fois sur un point : il ne faut pas confondre « réflexivité » et « régression ». Prenons bien garde à la définition que donne Lamizet : il s'agit de consacrer la dimension esthétique de la sociabilité et du politique. L'on retrouve là, la grande crainte de Benjamin : une esthétisation du politique plutôt qu'une politisation de l'esthétique. Il s'agit moins d'une réflexion qui rend compte de la source de la médiation cinématographique, que la régression à une forme de médiation qui, en plus, n'est traitée que de manière formelle, dans ses signes les plus spectaculaires, en occultant la logique symbolique à l'œuvre.

⁵⁷¹ Lamizet B., *La médiation culturelle*, op.cit., p.14

En effet, ce n'est qu'à première vue que ces « événements » correspondent aux « cultes de Dionysos » ; au final, les procédures de médiations diffèrent énormément. Dans le culte, dont parle Lamizet, il s'agissait de faire venir l'ensemble de la Cité, soit par gratuité, soit par des coûts minimes voire exonérés. Ainsi,

« le rôle du théâtre antique était ainsi, dans la culture athénienne antique, de permettre l'accès de tous aux formes et aux discours constitutifs de la dimension symbolique de la représentation. Le théâtre grec ne saurait se réduire à ce que nous appelons de nos jours spectacle, dans toute la laïcisation de ce concept : il s'agit, véritablement, d'une manifestation rituelle d'appartenance collective, et, même, de disparition de la dimension singulière de l'existence, en quelque sorte fondue dans la manifestation collective de la transe et de la participation du rituel »⁵⁷²

C'est toute la différence entre la mise en exergue de la logique symbolique de sociabilité et l'exploitation de la sociabilité à visée « distinctive ». Chez les Grecs, la médiation consiste à inscrire l'ensemble des sujets dans la culture, la sociabilité, versus le dehors de la Nature ; dans les « événements » que nous critiquons, il y a performance d'une communauté qui se fédère dans le déni des règles d'appartenance propres au reste de la culture. La finalité de la médiation n'est plus du tout la même : chez les grecs, il s'agit de comprendre les logiques politiques de la sociabilité ; chez les spectateurs de ce type d'événement, il s'agit, au contraire, de les rejeter. Cela se manifeste, par ailleurs, tout particulièrement dans le rapport que l'on entretient vis-à-vis de l'objet, de l'œuvre, du film.

Chez les grecs, la transe est une délégation de la subjectivité à la pièce et c'est la manière dont la pièce prend en charge et « raconte » les subjectivité qui permet la sublimation esthétique et une meilleure compréhension des logiques politiques et symboliques de sociabilité. Cela ne prend sens qu'une fois qu'il y ait récit (ce qu'occulte définitivement les événements contemporains) :

« mais le théâtre est aussi un discours – le discours d'un récit. (...) Ce récit, dont est porteur le théâtre grec, donne une consistance symbolique à la conscience sociale, désormais, grâce à la narrativité, inscrite dans un ensemble de propos que tous sont en mesure de s'approprier : en effet, le propre du récit, qui se déroule effectivement lors de la représentation théâtrale, est l'identification du spectateur avec les personnages en présence, et, dès l'instant qu'a commencé la représentation, le public, pris dans les structures du récit et dans l'attente du dénouement, participe pleinement à la signification même de l'intrigue »⁵⁷³.

⁵⁷² *ibid.*, p.14

⁵⁷³ *ibid.*, p.15

Inversement, ce qui est « mémorable », ce qui est retenu et valorisé par les acteurs de sociabilité des différentes formes événementielles proches de la *Nuit fantastique*, est le maintien des performances individuelles, souvent au mépris de l'objet et des rituels qui le valorisent. Ainsi, par exemple, voilà ce que vise et retient Robert Schlokkoff des événements au Rex de Paris (qu'il organisait) :

« La tension, pendant les films, était inimaginable, quelquefois troublée par des interventions hilarantes qui venaient casser l'atmosphère oppressante d'un film. Il y avait un spectateur qui hurlait systématiquement « La Porte ! » pendant les scènes d'angoisse. On ne le voyait jamais. Une porte qui grinçait, et immédiatement : « La Porte ! ». C'était non seulement très drôle, mais cela permettait aussi un soulagement massif du public pendant certaines scènes de suspense très éprouvantes. (...) C'était une excitation plutôt saine qui a permis à des gens de se défouler de façon, je dirais, thérapeutique, sans tomber dans les clichés psychanalytiques (...).

On avait des contacts avec des gens qui revenaient régulièrement chaque année (...). Ils nous ont aidé à recevoir le public et les réalisateurs : en échange, on leur assurait leur rang...»⁵⁷⁴ .

Inutile de préciser à quel point nous sommes ici à l'opposé complet de la *catharsis* aristotélicienne ; même la problématisation esthétisatrice de « l'insoutenable » n'est plus prise en compte... Il s'agit de constituer un rapport symbolique avec les autres spectateurs contre (ou en manipulant) le film. Au lieu de retourner à la source des conditions de possibilités de la relation symbolique, désormais sources moins spectaculaires – il suffit d'une relative obscurité et du silence pour se mettre en « transe » - l'on ne garde que le spectaculaire de la transe, et ce pour elle-même. Une fois encore, ce n'est ni bien ni mal, *per se*. Cependant, nous pointons le paradoxe d'établissements cinématographiques, qui peuvent passer d'une programmation politiquement engagée (et, parfois, fastidieuse) à des « orgies ». Le paradoxe n'est que de surface : ce n'est pas signe d'un travail de médiation, c'est passer du coq à l'âne et cela manifeste une absolue occultation des processus de médiation. À y réfléchir, nous ne sommes ici pas très loin de la logique de reprise *d'habitus* d'opéra, par les multiplexes qui diffusent les opéras filmés...

Nous comprenons ici un peu mieux la difficile circonscription de la frontière entre *factor* et *mercator* dans la relation singulier / collectif. Comprenez bien que nous ne faisons pas de procès d'intention auprès des exploitants que nous critiquons ; nous émettons des

⁵⁷⁴ Saada N., « Entretien avec Robert Schlokkoff. « La Porte ! ». Les grandes heures du Rex », *Vertigo* n°10, « Le siècle du spectateur », 1993, p.106-108

réerves quant à leur positionnement, à la manière dont il rend compte de la pratique cinématographiques, et des usages que cela engage.

Nous postulons qu'il s'agit, ici, d'une mauvaise compréhension de la relation singulier / collectif, sujet/sociabilité (ici réduite à la communauté), sociabilité (communauté)/film, où la notion de sociabilité semble presque se limiter à la communauté de spectateurs qui s'identifient (plus ou moins) à l'identité de la salle. Les postulats sont justes, c'est la logique qui est biaisée. À ce titre, le travail de Bourgate est particulièrement symptomatique de cette logique biaisée.

Bourgate comprend du « partage du sensible » de Jacques Rancière – qu'il cite, cependant, à juste titre, et nous y reviendrons - la chose suivante :

« la notion de communauté (...) repose très précisément sur un rapport esthétique entretenu par les individus avec des objets ; ce rapport, il faut le saisir à la fois dans sa dimension temporelle et sa dimension spatiale. Par ailleurs, chacun des interactants est pourvu d'une faculté à sentir et à éprouver quelque chose de l'expérience vécue en commun, ce qui prouve la domination des relations entre individus sur la relation à l'objet dans la définition de la communauté »⁵⁷⁵.

Cependant, tout le problème est de circonscrire l'objet et de définir ce qui caractérise la communauté. Toute œuvre implique une sorte de communauté utopique – qui n'a pas de lieu, voire qui est « rêvée » -, tout livre a un « lector in fabula » disait Umberto Eco⁵⁷⁶, c'est même à l'aune de ces communautés que les œuvres sont appréciées par le *regard* et le *point de vue*. Cependant, c'est moins cette communauté utopique qui intéresse le jeune sociologue, que la « communauté de réception » ; et c'est à ce titre que nous prenons nos distances par rapport à son travail. C'est finalement toute la différence entre analyser la médiation à l'aune de l'esthétique, et l'analyser à l'aune de la sociologie : le premier consacre les utopies, en cherche les manifestations dans la sémiotique de l'œuvre et dans la semiosis du rapport à l'œuvre, là où le second tend à réduire l'œuvre à la perception d'un spectateur donné (que, par ailleurs, l'on aura bien pris le soin de catégoriser). À la violence de cette (seconde) démarche théorique s'adjoint parfois la violence d'un propos à l'encontre de la première : c'est ainsi que, par exemple, Laurent Jullier se permet de réduire l'esthétique de Kant à une illusoire quête du génie artistique qui ne ferait que légitimer l'institution et la domination culturelle (et ce, sans même avoir pris le soin de comprendre la logique interne à l'œuvre de Kant)⁵⁷⁷.

⁵⁷⁵ Bourgate, op.cit., p.342

⁵⁷⁶ Eco U., *Lector in fabula...*, op.cit.

⁵⁷⁷ Jullier L., *Qu'est-ce qu'un bon film ?...*, op.cit.

Ce faisant, nombre de sociologue – Bourgatte et Jullier inclus – se fourvoient dans l'interprétation des relations au cinéma, aux salles *art et essai* et à la culture en général. Et, dans le mépris de Kant, ils ne comprennent pas, pourtant, que la logique de médiation *art et essai* est caractérisée par la même utopie que l'esthétique kantienne. En effet, pour mémoire, dans le système kantien, la question du beau et du sublime ne sont pas la fin, en soi, de l'expérience : il y a des rapports particuliers qui se trament avec le « sens commun ». Il est possible d'envisager une compréhension, une approche du *sens commun* parce qu'il y a eu élargissement de l'objet, qui implique, également, l'élargissement du sujet ; l'activité de la raison ne vise pas ici à être déterminante, mais vise une Idée indéterminée, une adéquation de l'imagination sensible et de l'entendement. Cette intuition (non dans le sens perceptif, mais dans le sens d'idée intuitive) survient de manière imprévisible. L'objet amène de l'imprévisible, mais l'événement, l'advenue d'un sens commun provient de la manière dont le sujet vise à s'inscrire dans une communauté qui intègre cette Idée nouvelle et imprévisible. Inversement, la question de la communauté chez la plupart des sociologues, qui consacre plutôt la notion de « tactique » de De Certeau, n'est pas une utopie que vise le sujet, mais, au contraire, la communauté qui restreint l'objet à ses concepts a priori ; l'activité de la raison, telle que définie ici chez Bourgatte, mais ailleurs par Jullier, est plutôt une raison déterminante.

Il faut « élargir la communauté » - c'est-à-dire comprendre les logiques symboliques de sociabilité -, c'est là le principe, de la connaissance du monde que visent les salles *art et essai* ; il s'agit, somme toute, moins d'une activité cognitive, que d'une activité problématisant la perception elle-même (et ses catégories implicites). Plus précisément, c'est une articulation du savoir avec le désir. Au contraire, dans les approches *mercatores*, l'on tend à réduire l'objet à la performance d'une conscience « réduite » - c'est-à-dire une conscience qui se performe et qui se rassure de sa bonne inscription dans les rapports de pouvoir, mais non pas une conscience qui se réfléchit dans un rapport dialectique avec la sociabilité. Ainsi, notamment le réseau *Utopia* qui, dans son versant politique, comme dans son versant « événementiel » (parfois « fun ») – comme beaucoup de salles *art et essai* – se pose comme utopie, et non plus comme médiateur, comme espace de performance d'une utopie d'une communauté donnée plutôt que comme hétérotopie qui permet une distance critique et une compréhension des logiques de sociabilité.

Il devient intéressant de lire les résultats des recherches de Bourgatte avec cette problématique critique en tête. Dans sa thèse, il propose une sorte d'analyse des mécanismes

internes des communautés de spectateurs des salles art et essai en région PACA. Cette analyse est intéressante en ce qu'elle illustre comment les spectateurs adaptent progressivement leurs usages à la pratique telle que définie par les salles. Cela se caractérise dans les mouvements qui se trament entre deux grandes catégories de spectateurs :

« Au moins deux ensembles de spectateurs se distinguent au sein de la communauté des pratiquants. On peut les appeler les « Établis » et « Marginaux » tant ils se ressemblent du point de vue de leurs caractéristiques sociologiques, mais qu'ils se distinguent au niveau de leurs intérêts cinématographiques. Les premiers ont un rapport affectif et intelligible global vis-à-vis de l'art et essai quand les seconds entretiennent un rapport distancié vis-à-vis des films art et essais alors même qu'ils concentrent leur pratique dans leurs lieux privilégiés de diffusion . (...) il y a, dans les salles art et essai, une entre-acceptation et des interactions entre les deux groupes qui participent à la dynamisation de la communauté ainsi qu'à son renouvellement »⁵⁷⁸

Avant de considérer en quoi il considère qu'il y entre-acceptation, il est très important de voir comment le sociologue a distingué les Établis des Marginaux : au début du questionnaire, le chercheur demande au sujet quels sont les derniers films que ce dernier a vu en salle,

« en opérant un regroupement des 129 occurrences des films cités en deux catégories (« films recommandés art et essai » et « films non recommandés »), on peut montrer en quoi les spectateurs se distinguent et pourquoi l'on peut parler « d'Établis » et de « Marginaux » »⁵⁷⁹

Les spectateurs assidus à l'art et essai seront donc les Établis, les autres, questionnés dans l'enceinte d'une salle art et essai, sont des Marginaux. A priori – et soulignons bien ceci comme hypothèse – s'il y a entre-acceptation de ces publics au sein des salles art et essai, c'est parce qu'il y aurait à la fois une logique de programmation de qualité – ce qui satisferait les Établis – et des ouvertures vers d'autres publics – ce qui contribuerait à la présence de Marginaux. Cela reviendrait à considérer l'établissement comme un pôle fort, qui peut amener, par effet d'attractivité d'autres publics ; ainsi, les Établis seraient le centre de la fréquentation et les Marginaux, par définition, n'en seraient qu'une part marginale.

Mais, la « fidélité » du public Établis est plus complexe qu'une simple identification « totale » à la salle art et essai et à sa programmation : les offres des salles art et essai satisfont en partie les parcours « autonomes » de ces spectateurs, ne sont qu'une facette de la « demande » de ce public :

« les Établis fréquentent un plus grand nombre d'établissements afin d'accéder à la plupart des sorties hebdomadaires et ainsi satisfaire leur grand appétit de cinéma : ils sont 31% à se déclarer comme étant

⁵⁷⁸ Bourgatte, op.cit., p.317

⁵⁷⁹ ibid., p.318

des usagers occasionnels des salles art et essai dans lesquels ils sont enquêtés contre 24,7% des Marginaux. Ces résultats témoignent d'une réelle volonté d'intégration de ce second groupe qui concentre l'essentiel de ses sorties dans un même lieu pour parvenir à ses fins. Reste que les Établis gardent une position de prescripteurs, du fait de l'importance de leur fréquentation globale des salles, d'une diversification des expériences ainsi que de la possession plus fréquente d'abonnements chez les Marginaux ; caractéristique qui apporte, en dernier lieu, un élément supplémentaire de compréhension de leur statut : ils cherchent à multiplier les savoirs et pour cela doivent trouver des moyens de satisfaire leurs attentes en fonction de leurs capacités économiques, nécessairement limitées »⁵⁸⁰.

Il est intéressant de noter à quel point, dans ce travail, dans ces propos, la salle, en tant qu'espace de médiation, est occultée au privilège d'une attention aigüe sur la notion « d'autonomie » qui se caractériserait par des accessibilités différenciées aux films – qui, par ailleurs, eux-mêmes, se résument ici à du « savoir ».

La reconnaissance du sujet comme Établi est

« à mettre en étroite corrélation avec l'âge des personnes enquêtées ainsi qu'avec les modalités de socialisation spécifiques à chacun des deux groupes.

On voit, tout d'abord, que l'intégration dans la sphère des Établis dépendra d'un travail d'insertion progressif, qui s'inscrit dans le long terme. Les Marginaux sont dominants sur l'ensemble des premières classes d'âge de la vie. Le renversement s'opère entre 50 ans et 64 ans (...). (L'analyse statistique) entérine donc l'idée selon laquelle la relation à l'art et essai est variable en fonction de l'âge et confirme la piste suivie (...) qui interrogeait les bases d'une relation à l'art et essai résultant d'un apprentissage et de l'éducation »⁵⁸¹.

C'est donc, aux yeux de Bourgatte, à juste titre que la « cible » des salles *art et essai* soit les plus de 50 ans et que ces salles visent une ouverture pour les publics de 30 ans et plus. Ce que n'a pas vu Bourgatte c'est que, manifestement, la mise en scène des spectacles cinématographique, en salles art et essai, n'est pas suffisamment évidente pour créer une attractivité. Les Marginaux suivent plus un mouvement des Établis – c'est-à-dire une interprétation de la pratique cinématographique – qu'ils ne saisissent la logique de la médiation cinématographique. Autrement dit, les salles peinent à afficher une définition de la pratique cinématographique (qui serait attractive) et exploitent les usages des publics « moteurs » pour apparaître comme « bonne réponse à la demande ». Cependant, d'une part, les Établis veillent, dans leur recherche d'autonomie, à une relative distinction ; d'autre part, la délégation de la définition de la pratique à un public cible tend à réduire ce qui définit la

⁵⁸⁰ *ibid.*, p.319

⁵⁸¹ *ibid.*, p.320-321

pratique cinématographique aux conceptions implicites générées par des usages. Dans le mouvement qu'analyse Bourgate, la salle de cinéma est moins un « lieu consacré », un espace hétérotopique à visée plus ou moins utopique, qu'un lieu de « tactique ».

En effet,

« les sorties des Établis sont faiblement socialisées en dehors de la sociabilité qui se développe au sein de la communauté. Les échanges et les interactions sont, pour eux, endogènes à la pratique de la sortie en salle elle-même, les Établis exerçant pleinement leur rôle de passeur et d'individus libres de leurs mouvements au sein de ladite communauté. Leurs taux de participation à des rencontres et des animations vont dans ce sens »⁵⁸²

Les Établis sont beaucoup plus présents que les Marginaux dans les rencontres et animations (22% des Établis y vont souvent et 50,3% parfois, tandis que seuls 10,3% des Marginaux y vont souvent et 39,1% parfois). Autrement dit – et compte tenu de ce que nous avons dit précédemment – ils sont moins fidèles à une programmation générale (sinon ils y resteraient beaucoup plus) qu'à un discours auquel ils participent activement. C'est moins le travail de médiation, que la posture de l'établissement vis-à-vis du reste du champ cinématographique qui est défendu, mobilisé, mis en exergue par les Établis :

« Les différences de postures entre les membres de la communauté se jouent dans le rapport aux films, notamment dans l'attitude adoptée par les spectateurs vis-à-vis de la dichotomie qui fracture le champ des productions entre films recommandés art et essai et films non recommandés. (...)

Les premiers perçoivent précisément le cinéma comme un objet de savoirs et de connaissances, un moyen d'ouverture sur le monde. (...) Les seconds, eux, voient davantage le film comme « un moyen de se changer les idées ». C'est la volonté d'accéder au groupe des Établis qui entraînera une modification de leur perception, dans le temps. »⁵⁸³

En effet, la considération accordée aux films diffère selon les deux types de spectateurs. Les Marginaux répondent à 35,6% que le film est un moyen de se changer les idées, là où il n'y a que 22% d'Établis ; de même, inversement, 38% des Établis y voient un moyen d'élargir son champ de connaissance là où il n'y a que 28,5% de Marginaux ; autre différence notable, le cinéma comme passion : 17,9% d'Établis, pour 10,4% de Marginaux.

De même, Bourgate prend des indicateurs intéressants quant à l'appréciation de la programmation de films. Il est logique que les Établis, globalement, préfèrent la programmation art et essai que les Marginaux ; mais il est plus intéressant encore de voir la considération de l'importance de voir un film en version originale. Y sont « favorables à

⁵⁸² *ibid.*, p.321

⁵⁸³ *ibid.*, p.322-324

100% » 69,2% des Établis pour 39,1% des Marginaux, inversement « vous n’allez voir que des films en VF » 6,1% d’Établis pour 26,1% de Marginaux ; à « vous préféreriez les voir en VF » 14,1% d’Établis pour 21,5% de Marginaux.

C’est dire si ce n’est pas la programmation, en tant que telle, qui est attractive, mais la « promesse » de voir un cinéma « différent » et, surtout, la volonté d’intégrer une communauté de spectateur particulière qui motive les Marginaux. C’est là une grande différence avec une conception « ouverte » et « pleine » de la médiation culturelle : il ne s’agirait que de l’éducation d’un habitus, habitus que prendraient principalement en charge, selon Bourgatte, les communautés de spectateurs Établis.

Dans pareille dynamique, l’exploitation a néanmoins une incidence : les spectateurs *art et essai*, dans la thèse de Bourgatte, sont motivés à 12,2% par les affiches et bandes annonces, 23,2% par le programme du cinéma (l’on parle ici précisément du programme écrit et non pas seulement des films sélectionnés dans la programmation), 23,7% par la presse et seulement à 14,7% par l’entourage. Il y a un équilibre, a priori, entre le discours porté sur un film et véhiculé au sein de l’espace public, et le discours porté par le programmeur. Cependant, a posteriori, le *point de vue* est plus mouvant que le *droit de regard* : l’avis sur le film est mouvant, se négocie au fil des échanges entre les spectateurs. Pour les « interactants » (pour reprendre la formule de Bourgatte), il s’agit

« de ne pas perdre la face dans un double sens : pour leur maintien dans la communauté mais aussi pour le maintien de l’harmonie dans la communauté même.

On voit, dans ces échanges, comment se joue l’acquisition et la maîtrise d’un certain nombre de connaissances qui participent de l’existence d’une communauté et qui conduisent, en définitive – et de manière cyclique – à réintroduire des savoirs dans sa cellule familiale. »⁵⁸⁴

Résumons un peu l’ensemble de ce que l’on vient de voir ici dans le travail de Bourgatte. Nous comprenons comment, progressivement, les spectateurs s’acculturent à la pratique cinématographique propre à *l’art et essai* : c’est la co-présence de deux types de spectateurs, avec une tendance affirmative des Établis, qui tend les Marginaux à concevoir différemment les attentes et évaluations portées aux films. Cependant, l’établissement n’apparaît pas réellement *pro-actif* : il ne fait, apparemment, que répondre à une « demande », en proposant un discours et une programmation qui correspondrait à la conception (plus ou moins) abstraite de cette pratique telle que perçue par les Établis. En quelque sorte, c’est beaucoup plus l’action de ce groupe de spectateurs qui tend à faire médiation que le travail de

⁵⁸⁴ Bourgatte, op.cit., p.342

la salle elle-même : cela se manifeste, d'une part, dans leur très grande participation aux rencontres, mais également, d'autre part, dans leur capacité d'agir politiquement, au sein de l'espace public, lorsque l'établissement rencontre diverses difficultés (manifestations, pétitions, etc.).

Certes, le propre de la médiation de l'exploitant n'est pas d'imposer une conception du cinéma et la salle ne peut légiférer sur le *point de vue*. Cependant, l'on voit bien ici qu'elle prend moins compte des spécificités locales de son public, qu'elle ne fait que répondre à la « demande » d'un public spécifique. N'oublions pas les premiers chiffres que nous avons repris et qui sont significatifs des motivations en-deçà du discours porté sur la pratique cinématographique art et essai : les Établis vont dans différents établissements, visent à suivre activement l'actualité cinématographique et, malgré tout, ne sont pas satisfaits des cadres de projection.

C'est là que le bât blesse, parce que, si Bourgatte semble espérer un certain systématisme dans ses recherches, où il y aurait une sorte de logique de reproduction sociale qui ne serait pas une reproduction purement familiale et de classe sociale, mais une reproduction de communauté de spectateurs, où Établis et Marginaux participeraient à une reproduction de l'habitus « cinéphilique », nous nous interrogeons, quant à nous, sur la pérennité d'un tel discours. En effet, puisqu'il s'agit avant tout de se « qualifier » en fonction de connaissance de films, de connaissance de l'actualité cinématographique, les NTIC ne permettent-ils pas d'y accéder à moindres frais : moindre frais monétaire – par un accès moins cher –, moindre frais temporelle – par un accès délocalisé – et, moindre frais symbolique – puisque l'on peut supposer des logiques d'intermédiations. Nous retrouvons, par ailleurs, pareille logique dans les vidéoclubs *art et essai* – notamment le *Vidéodrome* de Marseille. Il s'agit, somme toute, d'une logique historique d'exploitation, qui a eu ses heures de noblesse (l'on pense notamment aux ciné-clubs), mais qui peut être tout à fait prise en charge par d'autres dispositifs.

Il y a, en ce sens, une importante réflexion à avoir quant à *la mise en scène du spectacle cinématographique*. L'exploitation – qu'elle soit *art et essai*, ou simplement généraliste – ne doit pas seulement être caractérisée par (et se consacrer uniquement à de) la programmation de films. Nous l'avons vu, il y a une trop grande ambiguïté, également, de s'inscrire dans une pareille logique et, en même temps, de proposer des « événementiels régressifs ». C'est que, l'un dans l'autre, n'on ne propose jamais une véritable réflexion sur « ce qui fait spectacle ». Dès lors, on occulte les tenants et les aboutissants de la médiation

cinématographique, que l'on délègue fallacieusement aux spectateurs. Ce faisant, c'est le spectateur qui prend en charge la logique catégorielle et se trouve aliéné à un discours là où il pense être « autonome ». Loin du culte de l'alternative, il est plus que jamais inscrit dans une logique de norme. Nous sommes, dès lors, très éloigné de la logique de médiation défendue par Cavell.

Pour que les exploitants travaillent ce point, il conviendrait que leur travail soit réellement reconnu, ou, plus précisément, que la « réalité » de leur travail et de leurs problématiques métiers soient valorisées. Or, pour l'heure, la qualification et le soutien des salles *art et essai* consiste en une application de normes et une logique de programmation. Une politique globale de soutien devrait plutôt, désormais, prendre en considération des stratégies de médiations. Nous y reviendrons dans quelques pages, d'une part, en voyant quelques propositions de médiation qui nous semblent intéressantes et, ensuite, en les insérant dans une critique de la structure globale de soutien cinématographique.

Pour l'heure, nous avons pointé les différences, au sein de *l'art et essai*, entre les *factors* et les *mercators*, ces derniers ayant jusqu'à présent survécu d'une part par les acculturations et les médiations de la part des publics, et, d'autre part, parce qu'il n'y avait pas de dispositifs parallèles qui problématisaient ce type de procédure.

iii. Factor / mercator dans l'articulation institution / esthétique

Comme nous l'avons déjà indiqué, l'articulation institution / esthétique est le propre de la critique. L'exploitation aussi, à sa manière, y procède, en matérialisant cette articulation dans sa programmation et dans la structuration du lieu. Cependant, c'est parce que la critique prend plus précisément cette articulation en charge que notre réflexion va la prendre comme objet ; en sibyllin, nous retrouverons des problématiques métier de l'exploitation. En outre, cela est d'autant plus intéressant que les exploitants eux-mêmes, dans leur articulation institution / esthétique utilisent souvent des textes de critiques pour légitimer leur « offre ».

C'est la critique qui, dans l'espace public, offre des critères de compréhension du film critiqué et du cinéma en général. La situation de la critique est très importante aussi bien pour les acteurs du champ cinématographique que pour n'importe quel sujet de l'espace public :

pour les uns, ils formalisent les conditions d'inscription du cinéma dans l'espace public ; pour les autres, ils construisent le discours de légitimation de l'expérience filmique en particulier, et du cinéma en général. Une digression sur la critique est alors importante dans le cadre de notre travail, d'autant plus importante que certains textes, certaines critiques, sont employés par les exploitants (critiques affichées à l'entrée ou dans les programmes des salles).

La fonction de critique rencontre, elle aussi, des problèmes complexes. Nous ne pourrions malheureusement ici que les survoler. Et ces problèmes, comme pour tout le champ cinématographique, sont aussi le produit de l'occultation d'un certain nombre de principes, de l'articulation difficile entre un héritage des traditions critiques et un marché qui implique une plus grande immédiateté. André Habib nous dresse, dans les mots suivants, l'état des lieux général :

« Je crois que s'il exista des « temps héroïques » de la critique ce n'est pas parce que le geste critique était fondé sur des « systèmes d'interprétation », mais bien plus (on pense à l'époque qui va de Bazin à Daney, encore là, et aussi au-delà des frontières françaises, de Sontag à Farber et Rosenbaum) parce qu'il s'inscrivait dans un désir de ne pas être un « professionnel de la profession », de tenter de montrer avant tout et de transmettre — avec ce fond d'éducation populaire auquel Bazin a participé, duquel Daney a bénéficié — ce qu'on a « vu », afin que d'autres puissent le voir à leur tour (c'est le geste par excellence du théoricien grec, qu'une certaine « théorie du cinéma » a perverti ou considérablement transformé). Et cette idée est encore présente, sous une forme ou une autre, chez une portion de la critique (s'ils y parviennent ou pas, ce n'est pas à moi de le dire) »⁵⁸⁵

Il y a eu une transformation dans l'ordre du discours critique. Et c'est là précisément que l'on peut distinguer les *factors* des *mercators* : les premiers visent la logique de transmission, ce qui implique une réflexivité sur leur discours, les seconds sont directement inscrits dans une « théorie » du cinéma et luttent pour la légitimité de celle-ci. La « théorie » en question n'est pas une théorie ; il y a plusieurs « théories » dominantes : nous supposons que ce qu'entend Habib, lorsqu'il parle de la « théorie », est notamment la fameuse « politique des auteurs », paradigme critique en France qui a succédé à la « photogénie » et à la « caméra-stylo » (et qui n'a pas encore été remplacée par un autre). Si nous disons qu'il y a plusieurs « théories », c'est parce que nous préférons, à la place de « théorie », parler plutôt « d'idéologie », considérant que l'idéologie est une sorte de théorie infra-consciente : ainsi, le culte de la promotion, du box office a une idéologie, une « théorie inconsciente » qui a tout autant de place, actuellement, dans l'espace public, que « la politique des auteurs ».

⁵⁸⁵ Habib A., Réponse à « où en est la critique ? », in. *Où va le cinéma ?*
<http://ouvalecinema.centrepompidou.fr/?p=843>

Cependant, l'observation d'Habib ne se résume pas à cela. Il y a un deuxième point qui est conjoint : le problème de positionnement du discours critique dans l'espace public en général et dans l'espace public cinématographique en particulier.

« La question plus fondamentale est celle de l'espace critique que l'on alloue à ces communautés et à la pensée critique en général (et c'est peut-être là que le bât blesse). Posé plus posément, il faut se demander : où peut s'exercer ce désir de transmission aujourd'hui, qui est en mesure de s'en porter garant et est-ce qu'on leur accorde le temps et l'espace pour qu'il puisse s'exercer ? Or, il faut bien admettre que l'on assiste depuis nombre d'années à une « professionnalisation » de la critique, devenue une branche du journalisme, qui n'est plus qu'une sous-branche des communications, et à une dissolution en douce des espaces publics, et c'est peut-être là où il faut s'inquiéter « ici et ailleurs » (sans sourire cette fois). C'est bien là qu'il y a une érosion et c'est bien pour ça qu'il faut être, plus que jamais, « héroïque » pour maintenir la « fonction critique » de la critique, débusquer, détourner ou inventer des nouveaux espaces afin de déloger un peu de temps pour penser. Le geste critique aujourd'hui, pour moi, doit se mesurer sur le fond de cette question : « où ça peut encore parler ? » Où elle en est, alors ? »⁵⁸⁶

Si nous disons que cette deuxième remarque est conjointe à la première, c'est que, comme pour les problématiques des exploitants, la perte de visibilité implique une plus forte présence qui implique une perte de visibilité, ce manque de réflexivité tend occulter les logiques propres à de la critique et à affirmer sa position au sein des espaces publics ; autrement dit, qu'il y a une sorte de cercle vicieux qui s'installe. Ce cercle vicieux est d'autant plus renforcé que la logique de marché et la forte rotation des films rend impuissantes les institutions ; impuissance qui se voit, au sein de l'espace public, renforcée par l'importance grandissante d'autres dispositifs de jugement, notamment sur Internet, avec *Allociné*.

La vraie question des critiques, est le positionnement de leurs discours au sein de l'espace public. Et c'est ici, que le « bât blesse » (pour reprendre la formule d'Habib) : c'est que l'on confond rationalité de la critique et le positionnement du discours critique.

On le voit très bien dans la grande différence entre le parcours d'un Serge Daney et le positionnement de nombre critiques institutionnels en France. Si le premier est dans une logique *factor*, les autres tendent au *mercator*, au formalisme...et, du reste, les problèmes liés à *Amélie Poulain* (dont nous parlerons dans les prochaines pages), mais aussi à la lettre de Patrice Leconte (dont nous avons déjà parlé en deuxième partie) confirment ce formalisme.

⁵⁸⁶ *ibid.*

En effet, le personnage de Serge Daney est très important dans le panorama de la critique française ; loin de participer directement d'un mouvement, il a dû façonner sa carrière en fonction de l'héritage théorique des *Cahiers du Cinéma*. D'où « ciné-fils » : formé à la vie par le cinéma, et dans un héritage théorique. Cette question « d'héritage » et du statut de l'image - et plus précisément de l'image cinématographique -, hante ses réflexions et ses critiques. L'apport du travail critique de Daney est intéressant en ceci : il travaille aussi bien l'attention au film que l'écriture critique. La question transtextuelle est absolument déterminante dans son travail, mais aussi dans ce qui constitue, selon lui, tout esprit critique :

« je proteste un peu contre le mot "images" parce que si – selon le scénario dans lequel on essaye de mettre les gens – ma passion ça avait été "les images", personne ne comprendrait que je n'ai pas voulu en faire. Ma passion c'est autant parler, c'est un peu écrire, c'est le fait que dans le cinéma il y ait à écouter et à voir en même temps, c'est plein de choses tout à fait impures par rapport à l'idée d'images »⁵⁸⁷.

C'est précisément la transtextualité qui caractérise son activité critique : la capacité d'exprimer par écrit ce qui est vu et entendu ; de reconnaître, en ce qui est vu et entendu, un discours. Il s'agit moins de transmettre ce qu'il faut voir ou entendre – c'est-à-dire de *prescrire* -, que de rendre compte du processus critique, de ce travail de transtextualité. C'est pourquoi Daney a aussi bien écrit des articles pointus dans *Les Cahiers du Cinéma* qu'il a cherché, dans son travail à *Libération*, à avoir une écriture quotidienne : la transtextualité est permanente.

C'est à travers la récurrence de thème, les relatives systématiquités que l'on trouve dans ses critiques, que l'on découvre sa « théorie » du cinéma. Il s'agit, finalement, d'une théorie de l'image, du statut de l'image et du statut qu'elle confère à son spectateur :

« L'idée d'images pures est venue de la publicité. La publicité a créé, surtout chez les jeunes, l'idée qu'il existe une sphère, qu'il y a un royaume qui s'appelle "Le Royaume des images", que ça relève de la technique, de la créativité – quel mot horrible ! -, de l'inventivité, du fric... Qu'il y a des gens qui payent pour ça et... C'est une conception tout à fait digne, elle traverse l'histoire de l'Occident: des images vendues et prostituées il y en a des sublimes. Simplement, il n'y a pas eu que ça dans le cinéma, dans la peinture, dans d'autres arts. Il y a eu aussi autre chose: des cinéastes qui font des images qui ne vendent rien. (...) Parce que ça sert à autre chose. Ça sert à construire quoi? Ça sert à construire du temps. (...)

On pourrait appeler "visuel" la somme des "images de remplacement" – pour une raison très précise: pas "de remplacement" parce qu'on aurait le choix et le jeu, pour des raisons ludiques... C'est pas ça

⁵⁸⁷ Serge Daney, in. Boutang P.-A., *Serge Daney, l'itinéraire d'un ciné-fils*, vidéo, Éditions Montparnasse, 2004

qui se passe: pour tous les événements qui se passent dans le monde, il y a une image qui vient très vite couvrir toutes les autres. Même la plus belle image qu'on ait vu récemment qui est le petit bonhomme devant les chars en Chine, qui moi me fait pleurer – pour une fois, il y a eu une image de la liberté -, même cette image elle a fini par empêcher toutes les autres images de la Chine de passer. Maintenant la Chine, c'est ça. (...)

Tout d'un coup, on n'y comprend plus rien. Quand on ne comprend plus rien, quand on n'a plus aucune compréhension de "où est l'autre ?" et "où je suis, moi ?", comme autre de l'autre, quand la question de l'autre a sauté, toutes les images ont sauté. Il n'y a plus que du visuel. »⁵⁸⁸.

C'est pour cela que Daney se pose en « moraliste » : c'est parce qu'il distingue deux formes de l'image, l'image qui consacre le temps et l'altérité, et le visuel. Cependant, son travail est avant tout animé sur un principe éthique (plus que moraliste). Le problème entre l'image et le visuel est avant tout, chez lui, une question d'ordre du discours (de logique dialectique déniée dans le cas du « visuel »), et non de catégorie morale coextensive à un dispositif. C'est pourquoi, il s'est exercé à revoir les films lorsqu'ils étaient télédiffusés⁵⁸⁹, mais aussi à voir les programmes télévisuels avec les principes de la critique cinématographique⁵⁹⁰. C'est que la question d'un mode de représentation ne peut être véritablement traitée que si l'on connaît des formes parallèles, complémentaires, de représentations. L'esprit critique est moins l'apposition d'un discours précis sur un objet précis, que quelque chose qui se découvre à partir de multiples expériences et avec la révélation d'affinités électives (chez Daney, le cinéma). Du reste, c'est pourquoi, à la fin de sa vie, il a fondé la revue *Traffic*, dont la « promesse » était d'être une revue sur le cinéma, autour du cinéma et à partir du cinéma.

Il est évident que toute démarche individuelle comporte ses limites et que la « théorie » de Daney est critiquable en de nombreux points. Il s'agit d'un discours qui prend sa logique dans le sillage d'André Bazin que, par ailleurs, nous critiquons. Cependant, si nous avons choisi Daney en exemple de factor, c'est parce que son travail tend constamment à afficher sa logique, vise précisément à transmettre un processus (plus qu'une théorie à proprement parler). La « morale » de Daney, comme toute morale, est contestable, mais c'est plutôt l'éthique de l'écriture que nous retenons ici.

⁵⁸⁸ *ibid.*

⁵⁸⁹ Daney S., *L'exercice a été profitable Monsieur*, Paris, P.O.L., 1993

⁵⁹⁰ Daney S., *Le salaire du zappeur*, Paris, Ramsay, 1988

Ses successeurs semblent rencontrer plus de difficulté à cerner l'idéologie de leur position. À ce titre, les enquêtes et entretiens de Laurent Jullier – *Profession : Critique*⁵⁹¹ – sont particulièrement intéressants. L'on y retrouve les problématiques déjà exposées par Lucien Karpik : la position du critique est ambivalente – et non garante d'une information « pure » - puisqu'il s'agit à la fois de rendre compte du film, tout en assurant un lien avec le lectorat. Cependant, la relation au lectorat semble occultée par l'importance du réseau des critiques :

« les attentes du lectorat, je suis incapable de la conceptualiser, de la penser. (...) Il arrive qu'une certaine frange de spectateurs aime la même chose que la critique, mais elle s'amenuise. Ans les années 1970, *Cris et chuchotements de Bergman* faisait un million d'entrées... »⁵⁹².

C'est là que le discours de Kaganski pose problème : il pose son discours dans un ensemble invisible de critères, et son discours apparaît comme légitime compte tenu de l'exemplarité des films qu'il apprécie. Par ailleurs, dans l'entretien, il élude la question de l'héritage théorique par un jeu de formulation : « *je ne suis pas pour la politique des auteurs, je suis pour la politique des films* »⁵⁹³. L'un dans l'autre, le problème théorique reste le même ; la seule différence est qu'il systématise moins son jugement vis-à-vis des auteurs que les Jeunes Turcs.

Il y a dès lors une confusion entre le parcours personnel du critique et la connaissance des pratiques culturelles ; le discours est moins réflexif que prescriptif. Cette confusion s'exprime implicitement dans une sorte d'illusion « d'indépendance » de la critique vis-à-vis du lectorat et du marché, mais elle peut être source de rapports plus violents. C'est notamment le cas de sa critique du film *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain* (J-P Jeunet, 2001).

Kaganski a émis une critique extrêmement virulente contre ce film. Au niveau purement cinématographique, il lui reproche son absence d'humanisme, que les personnages soient trop limités à un seul aspect de leurs personnes qui conduit à une vision unilatérale des choses.

« *J'ai vu le film de Jeunet et je l'exècre pour un tas de raisons diverses. En premier lieu, je n'ai aucun goût pour le style artificiel de Jeunet (...) Je ne partage pas non plus l'obsession de Jeunet pour le passé. L'art se doit d'avancer, d'affronter le présent, voire le futur, pas de regarder obstinément dans le*

⁵⁹¹ Jullier L., *Profession : critique*, (2003-2004) entretiens disponibles sur le site : canal-u.tv

⁵⁹² Serge Kaganski, in. Jullier L., *Profession : critique*, Serge Kaganski, disponible sur :

http://www.canal-u.tv/producteurs/canal_socio_universite_paul_verlaine_metz/dossier_programmes/profession_critique/profession_critique_serje_kaganski

⁵⁹³ *ibid.*

rétroviseur. J'aime bien Prévert et Doisneau ; j'aime beaucoup moins qu'un cinéaste exerçant en l'an 2000 recopie Prévert et Doisneau.

Autre problème : Jeunet est incapable de filmer de l'humain, des personnages et des rapports humains approfondis. Ses personnages sont des caricatures réductibles à un ou deux traits de caractère, et leur relations n'existent qu'à un simple niveau fonctionnel. D'où un film qui n'a aucune épaisseur, aucune longueur en bouche, un film qui se résume à une suite de saynettes gadgets»⁵⁹⁴

C'est la conception du monde par Jeunet, et la manière dont il inscrit le spectateur dans ce monde projeté, qui agace le critique :

« Rien de plus aliénant pour les couches populaires que la façon dont Jeunet les représente. En sus d'être populiste, Amélie Poulain est démagogique : un seul exemple, les regards-caméras d'Amélie, gros clins d'œil vers le public, façon de lui dire de manière bien appuyée vous et moi, on est complices. Enfin, le pompon du film, c'est son aspect franchouillard et sa phobie de l'Autre : éloge de la tribu de quartier, apologie du petit commerce à l'ancienne, expulsion du champ du film de toute la population cosmopolite de Paris (Jamel joue certes dans le film, mais son personnage est totalement désarabisé et se prénomme Lucien ! !)»⁵⁹⁵

Jusqu'alors, ses critiques sont acceptables au sein de l'espace public. Cependant, sa critique glisse d'un jugement esthétique (qui peut contenir une réflexivité et une éthique) à jugement moral (par effet de catégorisation) :

« Je ne peux affirmer avec certitude que Jeunet est de droite ou très consciemment réactionnaire, je ne prétends pas non plus que les milliers de spectateurs qui ont aimé ce film (dont des amis à moi) sont odieusement conservateurs et nationalistes. En revanche, j'affirme, en fonction de ce que j'ai vu sur l'écran, que Amélie Poulain est un film formellement clos et vissé (à mon sens, de l'anti-cinéma), esthétiquement réactionnaire, passablement ennuyeux, totalement anecdotique dans son propos, et profondément rance et vieillot (pour rester poli) dans la vision de la France et des Français qu'il véhicule»⁵⁹⁶

Le sort en est jeté: le film est conservateur et nationaliste, bref, il se rapproche de ce qu'on inscrit dans la catégorie Front National. La formule « clip du FN » - qui est désormais associé à sa critique- n'est pas dans son article, mais dans la réaction de *Libération*.

Dans l'entretien avec Laurent Jullier, Kaganski rend compte des preuves du bien fondé de son propos ; ce que nous soulignons, c'est le « moralisme » de sa démarche. Le scandale d'un rapport au FN est le fait que le FN est un autre négatif, une mauvaise conscience de l'état

⁵⁹⁴ Kaganski S., « Pourquoi je n'aime pas Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain », in. *Les Inrocks.com*, 31 mai 2001

⁵⁹⁵ *ibid.*

⁵⁹⁶ *ibid.*

politique et social français : exploiter cet autre, c'est plonger des questions morales et culturelles qui ne concernent déjà plus le cadre esthétique.

C'est que la critique institutionnelle se consacre beaucoup plus à sa propre « performance » - quitte à rappeler des poncifs théoriques – qu'à interroger « l'aïsthésis » de leur lectorat. C'est là toute la différence entre Daney et les actuels grands critiques. Daney a expérimenté les différents types de médiations audiovisuelles : le cinéma, les films à la télévision, les programmes télévisés... Les actuels critiques de cinéma ne travaillent que sur le cinéma ; plus précisément, travaillent à valoriser un type de cinéma. L'on se retrouve alors confrontés à des discours paradoxaux :

*« je ne suis pas représentatif d'un spectateur normal ; je suis le contraire d'un spectateur normal. Un spectateur normal, de temps en temps, paie pour voir un film ; moi, on me paye pour voir un film. (...) il s'agit de créer des « espaces possibles » pour un certain rapport intellectuel et affectif aux œuvres. (...) C'est pas d'annoncer à l'avance que les gens vont aimer ou pas aimer ; ça c'est le travail du marketing »*⁵⁹⁷

Si, à juste titre, Frodon souligne que le critique n'est pas porte-parole des spectateurs, il est néanmoins difficile d'envisager l'élaboration d'un « espace possible » de débat lorsqu'il y a une très nette séparation avec les autres acteurs de ce débat. De plus, Michel Ciment rend bien compte de qui crée le débat à l'intention et au privilège de qui :

« La plupart des metteurs en scène qui sont bien vus sont issus des Cahiers du cinéma, comme Olivier Assayas ou André Téchiné... C'est toute une famille qui a droit à une grande indulgence, d'autant plus que les Cahiers du Cinéma ont essaimé dans de nombreux journaux : Jean-Marc Lalanne est passé à Libération alors qu'il était aux Cahiers, Serge Daney a commencé la rubrique cinéma de Libération alors qu'il était rédacteur en chef des Cahiers, Jean-François Roger, qui écrit dans les Cahiers, est responsable d'une page télévision dans Le Monde quand il n'écrit pas dans les Inrockuptibles, Samuel Blumenfeld était aux Inrockuptibles, il écrit maintenant dans Le Monde et Vincent Ostria, un ancien des Cahiers, écrit aujourd'hui dans les Inrocks... sans compter que Le Monde est propriétaire des Cahiers du cinéma et partenaire des Inrockuptibles, en particulier pour le supplément Aden, qui échappe miraculeusement à la pensée unique grâce à l'indépendance d'un seul homme : Philippe Plazzo. Tout cela crée une sorte de galaxie aux opinions tranchées : en août, les Inrockuptibles avaient annoncé, sans les avoir vus, les films de la rentrée qui leur donnaient envie de changer de métier... Il y a des réseaux, il y en a toujours eu, mais avant il s'agissait de réseaux de droite, de gauche ou communiste,

⁵⁹⁷ Jean-Michel Frodon, in. Jullier L., *Profession : critique*, Jean-Michel Frodon, disponible sur :

http://www.canal-tv.tv/producteurs/canal_socio_universite_paul_verlaine_metz/dossier_programmes/profession_critique/profession_critique_jean_michel_frodon

ça se complétait, et puis il y avait beaucoup plus de tribunes... Aujourd'hui, la concentration des mêmes opinions dans quelques titres est étouffante. Je crois d'autre part que la critique a le sentiment aujourd'hui qu'elle n'est pas écoutée et qu'elle peut donc faire n'importe quoi parce qu'elle n'a pas de compte à rendre. Nous sommes aussi dans une époque hyper-médiatique, les gens veulent se mettre en valeur : le critique devient une sorte de superstar, il essaie, par ses bons mots, d'attirer l'attention sur lui, de se faire mousser. Si vous faites une critique analytique avec des arguments nuancés, vous ne vous mettez pas en valeur de la même façon que si vous dites qu'Alain Resnais est sénile... Les gens ne lisent plus, ils sont formés à la télé, qui réduit les choses à quelques formules. Ce qu'il y a de terrible, c'est que la presse finit par se prêter à cet effet télé : le coup de poing, le choc. »⁵⁹⁸.

Il est important de noter que la plupart de ces auteurs – ou, au moins la plupart de ces revues – sont précisément exploitées dans les mises en valeur des films dans les salles art et essai. Nous comprenons bien pourtant que nous avons affaire à des mercators. La rationalité de leur discours se consacre presque exclusivement dans un rapport entre critiques qu'à partir d'une réflexion portant sur l'ordre du discours dans lequel ils s'expriment :

« Quand vous écrivez pour un journal qui publie à 5000 exemplaires, ça n'a pas le même sens que quand vous écrivez dans un journal comme Le Monde, qui est lu par deux millions de lecteurs. La responsabilité n'est pas la même... Je pense que les partis-pris sont très sains dans les petites revues, notamment pour provoquer des débats et parce que les lecteurs sont très au courant. Mais quand vous êtes secrétaire, directeur de banque ou instituteur et que vous ouvrez le journal pour savoir ce qu'il faut aller voir et qu'on vous dit que Tavernier, c'est nul, que Patrice Leconte, c'est nul... c'est beaucoup plus grave : c'est comme si la marge était devenu le centre. Je pourrais citer Truffaut qui a dit un jour : " le rôle des Cahiers du cinéma c'est de démontrer pourquoi Z de Costa Gavras n'est pas un grand film et pourquoi c'est un film limité, et le rôle de l'Observateur c'est de dire à ses lecteurs qu'il faut aller voir Z ", parce que détourner les gens d'un film sur le fascisme, qui n'est pas un mauvais film, ce n'est pas au Monde ou à Libération de le faire, (...) Cette conjonction avec les cinéastes qu'on aime, ceux qu'on déteste, et qui sont presque toujours les mêmes, ça crée de la part d'un certain nombre d'artistes un sentiment de révolte qui a éclaté dans le texte de Patrice Leconte. En plus, le public finit par ne plus croire à cette critique parce qu'il la trouve de parti pris, agressive, il s'en détourne donc. Et ça profite malheureusement à la promotion et à la distribution »⁵⁹⁹.

« La marge devenue le centre », ou plutôt, une logique de réseau qui prétend à être une logique de jugement impersonnel. C'est bien là tout le problème. Et c'est forcément ce qui réussit à la promotion, qui se déploie « naturellement » dans les réseaux impersonnels.

⁵⁹⁸ <http://www.ecrannoir.fr/dossiers/critique/ciment.htm>

⁵⁹⁹ *ibid.*

Cela se confirme d'ailleurs d'autant plus que, lorsqu'il y a une situation de débat – comme pour *Amélie Poulain* ou pour la lettre de Patrice Leconte – les critiques *mercators* ont moins tendu à exposer la logique de leur proposition qu'à asseoir leur légitimité, notamment en invoquant le principe « d'indépendance ».

*« Ca n'a pas de sens, depuis quand n'a-t-on plus le droit d'ouvrir un débat à l'intérieur de la critique ? D'autant que je n'invente rien... Kaganski (rédacteur en chef de la rubrique cinématographique des Inrockuptibles) me dit que je pratique la délation... je suis effondré. On emploie des mots qui n'ont aucun sens. Je crois qu'aujourd'hui, les gens sont sensibles au consensus ; les rapports sont de plus en plus violents et ça rassure qu'il y ait un consensus autour de la critique. »*⁶⁰⁰

Cependant, même Ciment parle de « moraliser » la critique. Cela pose problème. Dans l'espace public contemporain, la « morale » prend pourtant le même statut que « l'opinion » dans les théories de Platon : ce sont des freins à la pensée, puisque toute morale implique une norme. Or, nous voyons bien que ce sont moins des normes à établir, que des normes implicites chez les critiques qu'il faudrait révéler ; de même, le public gagnerait moins avec des normes qu'avec, avant tout, une prise en compte des problèmes « *d'aisthésis* » - c'est-à-dire avec une articulation esthétique / institution. Il est, à ce titre, manifeste de voir que tous les critiques cités, y compris Ciment, renvoie tôt ou tard la responsabilité au public.

Il y a une sorte de « mythologie » des défenseurs *mercators* du cinéma comme art – que ce soient les critiques ou les exploitants – que de croire que le public méprise leur travail et méprise le cinéma de qualité. Une sorte de « mal être » ressort dans le discours des *mercators*, basé sur des conclusions non fondées et sur quasi absence de toute démarche réflexive. Pourtant, une simple remarque « décentrée » (puisque venue de Montréal) de André Habib suffit déjà à rejeter ce type de discours :

« trouver comment dire, du lieu d'où je parle (ces « arpents de neige » que votre ami Voltaire suggérait d'abandonner au profit de la Guadeloupe) (le Québec, Montréal), comment elle va la critique, m'amène à me demander, au fond, « pourquoi elle va toujours », chez vous ? Bien ou mal, elle va, existe, prospère (peu ou prou), on s'en inquiète, on la dorlote en table-ronde, on lui pose des questions (ce qui veut dire qu'on lui veut du bien). Déjà, de se poser, souriante ou inquiète, la question de son état de santé, est un signe de santé (n'est-ce pas Heidegger qui craignait que le défaut de Dieu ne soit plus ressenti comme défaut ?). (...) Chez nous, elle est un peu, pas mal, beaucoup laissée pour compte, et nous serions bien en mal de dresser une liste d'invités notoires pour participer à une table-ronde ayant

⁶⁰⁰ *ibid.*

pour thème « où va la critique ? » qui ne dégènerait pas aussitôt en débat sur « nos critiques défendent-ils assez le cinéma de chez-nous ».(...) La critique est toujours en crise (elle ne l'était pas moins à l'époque des « trente glorieuses »), et on a le souci de se poser encore sa question »⁶⁰¹.

L'on peut en dire autant des salles de cinéma... Les salles *art et essai* exploitent principalement les critiques institutionnelles. C'est dire si les problématiques métiers de la critique rejoignent la question du positionnement des salles.

Cette distance symbolique, par rapport à l'espace public, est certes une condition nécessaire pour développer un esprit critique. Cependant, cela implique aussi une forte réflexivité et, dans le travail d'écriture, la nécessaire passerelle avec ledit espace public. Le cas échéant, les critiques spéculent sur les films et le sens de leurs réflexions ne prend sens que dans la grille d'intérêt et d'interprétation que le milieu de la critique s'est donné. C'est majoritairement le cas dans les critiques institutionnelles et cela tend à une conception moraliste de l'ordre du discours critique (et d'une certaine forme d'exploitation) : ils se posent comme *prescripteurs*, là où ils devraient être *passeurs* – ils imposent des normes institutionnelles là où ils devraient articuler l'intuition et l'esthétique. Il s'agit moins d'assurer la compréhension, dans l'espace public, de l'articulation esthétique et institution, que de garantir la pérennité de l'institution en défendant qu'une certaine forme esthétique.

Du reste, lors des entretiens glanés au cours des nos recherches, beaucoup d'exploitants s'insurgent contre cette dimension prescriptive que l'on retrouve chez certains critiques et chez certains exploitants⁶⁰². Roland Smith est agacé par le critique Cassidi qui, dans une de ses critiques, a dit « *je vous ordonne de voir ce film* » ; Antoine Glémain, William Benedetto (pour ne citer qu'eux) moquent les exploitants qui ne comprennent pas que le public ne suivent pas leur programmation certes pointues, mais intéressante.

Il est vrai que la critique perd de sa visibilité au sein de l'espace public. C'est indéniable. Cependant, il est important de revenir aux fondements de ce qui constitue la critique cinématographique. C'est ainsi que des alternatives sont possibles. Cela est d'autant plus impérieux qu'il existe, malgré tout ce que l'on peut penser, une « demande » de la part du public, une « demande » au sein de l'espace public.

C'est pourquoi Jean-Jacques Bernard – journaliste et président d'un syndicat français de la critique de cinéma -, dans un entretien accordé à *France Culture* évoque l'émergence de la *webcritique* de cinéma comme un « tournant » dans le métier :

⁶⁰¹ *ibid.*

⁶⁰² Notamment ceux avec qui nous nous sommes entretenus.

« la multiplication des critiques sur Internet montre qu'il y a un désir, que le désir existe, mais les supports sont friables. (...) Vu la multiplicité des offres de films, il y a un besoin de se positionner, mais, en même temps, les institutions sont en train de se fragiliser. Il y a donc deux mouvements contradictoires, une sorte de développement schizophrène. (...) C'est un vrai tournant »⁶⁰³

Nous comprenons néanmoins qu'il s'agit moins d'un développement « schizophrène » que d'un problème de représentation : les institutions n'apparaissent plus spécialement comme « représentatives » aux yeux du public et les critiques ne se représentent plus la logique du public. Dès lors, une sorte de dialogue de sourds s'installe, par l'intermédiaire de l'émergence de nouveaux dispositifs de médiation, comme *Allociné*, vis-à-vis desquels les critiques institutionnels peinent à se positionner. Guillaume Bardon, dont le mémoire de fin d'études de journalisme porte sur la relation de la presse cinéma avec Internet, résume ce problème de la façon suivante :

« *Allociné*, c'est plus de 6 millions de visiteurs uniques par mois, c'est-à-dire 6 millions de personnes différentes qui vont, chaque mois, sur *Allociné* pour chercher des informations. (...) Quand les personnes qui écrivent, éditent et publient des magazines voient ces scores là, elles se disent – et je comprend, c'est humain - : pourquoi pas nous ? Pourquoi on n'arrive pas à faire ça ? Ils voient que 6 millions de personnes, par mois, sont intéressées et cherchent à trouver des informations sur le cinéma. C'est une réaction humaine, mais je pense que c'est, malgré tout, une erreur. À chercher à faire la même chose qu'*Allociné*, les magazines ne peuvent que se planter. C'est-à-dire ne laisser aucune importance à la critique, laisser la critique aux lecteurs, avec l'idée sous-entendue que pour faire une critique, il suffit d'avoir vu le film – ce que je pense être faux – et que les journalistes n'ont à apporter que ce que eux seuls peuvent apporter – contrairement aux lecteurs – c'est-à-dire le « côté coulisse » et des interviews de stars. Je suis d'accord, c'est important, mais je pense qu'en délaissant la critique, comme le fait *Première* ou *Studio*, *CinéLive* – je pense que la critique dans *CinéLive* doit faire à peu près 20 pages dans un magazine qui en fait plus de 150, c'est minuscule -, ils se plantent complètement de cibles et d'objectifs »⁶⁰⁴.

C'est que l'on tend, dans la recherche désespérée de captation de public, à oublier la spécificité du métier. Or, d'une part, *Allociné* s'est fourvoyé dans l'édition d'un magazine – feu *Ciné Palmarès* -, ce qui veut dire que le groupe ne maîtrise pas toute la logique de la critique et du journalisme cinématographique ; d'autre part, ce groupe se consacre principalement à l'information, au journalisme cinématographique.

⁶⁰³ Bernard J-J, entretien in. « La Webcritique de cinéma, de Twitter aux textes sans fins, disponible sur *Franceculture.com* : <http://www.franceculture.com/2009-09-07-la-webcritique-de-cinema-de-twitter-aux-textes-sans-limites.html>

⁶⁰⁴ Guillaume Bardon, entretien pour *France Culture* : <http://www.franceculture.com/2009-09-07-la-webcritique-de-cinema-de-twitter-aux-textes-sans-limites.html>

« La question qu'ils devraient se poser n'est pas « comment ça se fait qu'il y ait 6 millions de personnes qui vont sur Allociné chaque mois ? », mais plutôt « est-ce que ces gens là sont prêts à avoir la même information en payant ? ». et, à mon avis, le lectorat sur lequel ils devraient s'intéresser n'est pas le très grand public – qui va au cinéma de temps en temps, qui va sur Allociné pour voir les horaires de séances, le synopsis et le casting du film, c'est-à-dire cherche des informations faciles à obtenir -, mais plutôt un public qui consacre plus d'importance au cinéma, qui y pense tous les jours même si c'est pas toute la journée, qui cherche des correspondances entre des films, parce que c'est ce public-là qui va acheter des magazines de films. Ce public-là va sur Allociné, comme les copains, pour voir les horaires, mais il ne fait pas que ça. D'ailleurs, il n'achète pas un seul magazine, il en achète un paquet »⁶⁰⁵.

Cela confirme deux choses. D'une part, il y a une attente, au sein de l'espace public, d'une médiation entre esthétique et institution, et, d'autre part, cette médiation prend deux formes. En effet, l'on pourrait voir une dimension purement journalistique, qui se consacre à l'actualité, aux informations – et, à ce titre, le public n'envisagerait pas de payer pareilles informations, puisque *Allociné*, en les proposant gratuitement, les donne comme *bien commun* ; d'autre part, il y aurait une dimension critique qui, loin d'être purement prescriptive, doit objectiver le rapport que l'on pourrait entretenir vis-à-vis des informations et de l'actualité. L'avantage du développement du *webjournalisme* du cinéma et de la webcritique consiste à montrer ces deux facettes et à éventuellement leur consacrer une place respective.

Cependant, la mise en place d'espace propre à chaque type de discours n'est pas clairement établi. Et le positionnement des magazines vise une ouverture vers les logiques journalistiques du Web, et réciproques. Il en résulte une situation ambiguë :

« Ce qu'a fait Internet et que n'auraient pas vraiment pu les magazines, c'est de donner une voix, fût-elle petite, aux lecteurs. Par exemple, dans *Première*, dans le courrier des lecteurs, se sont exclusivement des critiques. (...) Dans *Studio CinéLive*, ils choisissent un groupe de lecteurs et les laissent mener une interview. (...) On sait que c'est biaisé : un lecteur devant une star sera toujours plus intimidé qu'un journaliste professionnel. Cette évolution, de laisser une place au lecteur, est plutôt bonne, mais il ne faut pas qu'elle prenne trop de place. Il faut garder en tête que le critique professionnel de cinéma, ce n'est pas juste un autre type qui a vu le film et qui donne son avis. L'avis du critique – même si ça a l'air anti-démocratique – n'est pas égal à celui du spectateur moyen, parce qu'il a une expertise .

(...) Si vous comparez les critiques faite par des professionnels avec les critiques de spectateurs sur *Allociné* – et qui ne sont pas toujours mauvaises – vous voyez que sur *Allociné*, il n'y a pas de critique

⁶⁰⁵ *ibid.*

d'analyse, mais uniquement des critiques de prescription. La prescription, c'est un des rôles de la critique, mais ce n'est pas le seul (ce qui est oublié par 99,9% des gens qui postent des critiques sur Allociné). De plus, on voit que les lecteurs qui postent leur avis sur Allociné ont du mal à objectiver le rapport qu'ils ont au film et a du mal à faire comprendre à son lecteur si, lui, pourrait aimer le film ou pas »⁶⁰⁶

C'est que le lectorat n'a ici qu'une perception formelle de l'activité critique : la prescription. Dans une logique de rapport horizontal, d'intermédiation, cela ne pose aucun problème théorique particulier : entre deux spectateurs, l'un peut effectivement être reconnu comme prescripteur par un autre.

Néanmoins *Allociné* tend à mettre en place un dispositif de reconnaissance des commentateurs les plus influents qui dépasse très largement le strict cadre de l'échange « horizontal ». En effet, à la rentrée 2009, le site *Allociné* a mis en place le *club 300* qui vise à relier, à partir du site, les commentateurs les plus influents, mais aussi des blogueurs extérieurs – mais aussi très influents – et leur permettre de voir des films en avant-première afin qu'ils créent le buzz sur Internet. Dans l'entretien accordé à France Culture, Yoann Sardet, le rédacteur en chef du site *Allociné*, déclare que le principe est le suivant :

« Il s'agit de créer un label de qualité qui redonne aux spectateurs et aux fans de cinéma une place par rapport à la critique qui est parfois un peu en décalage avec eux, et par rapport à d'autres opérations de label qui ne sont plus vraiment parlantes. (...) C'est plus une manière de créer une communauté de spectateurs de cinéma en dehors des frontières du site. (...) Avant d'y inscrire quelqu'un, on évalue vraiment la qualité du contenu et la fréquence de rédaction sur son blog, et si quelqu'un ne contribue plus, il peut très bien sortir du club 300, pour être remplacé par quelqu'un d'autre »⁶⁰⁷.

Aussi convient-il de faire la critique de ce type de « médiation ». Par-delà les critères de qualité et de fréquence qui procède dans la qualification des blogueurs, l'on peut ici comprendre les problèmes propres à toute critique de spectateur sur *Allociné* : s'exprimer, émettre un jugement, c'est le faire au nom de quelque chose, au nom d'un principe ou d'une problématique et il est important qu'ils apparaissent dans le texte. Or, les critères, les logiques d'évaluation, la finalité même des critiques sont totalement occultés dans les *posts*. C'est que *Allociné* joue à indifférencier démocratisation de l'accès à l'information et nivellement de système de jugement.

L'objectif de la rédaction est, à ce titre, assez limpide :

⁶⁰⁶ *ibid.*

⁶⁰⁷ Yoann Sardet, <http://www.franceculture.com/2009-09-07-la-webcritique-de-cinema-de-twitter-aux-textes-sans-limites.html>

« le problème, c'est que, dans la tête des gens, AlloCiné c'est les horaires et les séances. (...) En 2003, avec le site Internet, on s'est envisagé comme un media à part entière, avec du contenu propre – des news, des interviews, des dossiers, des trucs comme ça -. Et là, le gros virage, qu'on vient de réussir, c'est un virage video, avec pas mal d'émissions – on en est à 5 émissions et on en prévoit trois autres. Au final, l'idée c'est d'avoir une grille d'émission cinéma, une vraie programmation. Allociné se situe là. Sachant qu'après, le site communautaire, le club 300, mais aussi les autres contributions sur le site que les forums, vient s'ajouter à ça. C'est pas des gens qui viennent remplacer la rédaction ; à la fois on a un volet media qui va prendre une place de plus en plus importante et un volet communautaire, tout en gardant la partie servicielle qui est essentielle. (...) Le problème, c'est que vu que notre entreprise est à la base une entreprise de service, nous n'avons pas le statut de journaliste, mais on essaie de trouver un moyen de l'avoir. Parce que, pour la plupart des gens, on a une image de site un peu froid, de machine ; du coup ça nous permettrait de montrer qu'il y a des gens derrière. C'est plus pour notre image »⁶⁰⁸.

Allociné vise un « plan économique » (business plan) très complexe, jouant de la confusion des genres, en exploitant à la fois des registres de médiations impersonnels et des logiques de réseaux. Ainsi, dans une logique de rapport de force, les critiques institutionnelles vont soit tendre vers l'information, soit assurer leur propre paradigme prescriptif ; l'un dans l'autre, l'on en revient toujours au même problème :

« Je pense que le lectorat de passionnés veut en connaître plus, en savoir plus, aller plus loin. Aller au plus profond de ce qu'on peut dire sur le cinéma. Mais bon, pour le moment, cette écriture-là n'a pas encore atteint le public.»⁶⁰⁹.

Ainsi, nous comprenons comment se distingue *factor* et *mercator*, et comment la logique *mercator* tend à inscrire un faux problème, un faux débat (un appareil de *factor*) au sein de l'espace public avec la question de la *prescription* : les pires *mercators* sont les pires *prescripteurs*. C'est à ce titre que nous ne pouvons pas rejoindre la problématique telle que perçue par Roger Sicaud, responsable cinéma DRAC Rhône Alpes. Certes, nous nous accordons sur un certain nombre de points :

« Il y a effectivement une perte de sens communautaire, une perte d'échelle de valeur. Ce qui conduit à une sorte de « tout se vaut ». Les deux seules sources de valeur sont effectivement maintenant : le box-office et le goût.

⁶⁰⁸ *ibid.*

⁶⁰⁹ Guillaume Bardon, *op.cit.*.

C'est important ce dernier point. L'intérêt du dispositif d'éducation à l'image consiste justement précisément à ne pas tout ramener à une affaire de goût, à éviter le simple « j'aime, j'aime pas », qui est le vrai danger d'aujourd'hui. De fait, tous les goûts sont dans la nature. Cela aussi pour éviter le débat sur les prescripteurs, de savoir qui peut définir ce qui est beau et ce qui ne l'est pas »⁶¹⁰

Et qu'il s'agit, effectivement, d'un problème « systémique », un problème relatif à l'ensemble de l'espace public cinématographique :

« Ce n'est pas quelqu'un qui fait prescription. C'est le système en son ensemble qui fait prescription : producteur, exploitant etc. La TV avec ses émissions et ses invités de talk shows fait prescription. L'exploitant aussi. Un mode qu'on pourrait éventuellement qualifier d'alternatif serait la critique : Télérama, Les Inrocks, Le Monde, Positif... La rotation rapide de films est, en un sens, un mode de prescription. Simplement la logique est nouvelle.

Il y a encore le bouche-à-oreille. Il y a aussi, maintenant, les dispositifs d'éducation à l'image qui font prescription à leur manière. Le discours universitaire aussi le fait.

Lorsque j'évoquais le rétrécissement de l'espace critique, il suffit d'évoquer la place qu'elle a dans la presse quotidienne par exemple. Place qui diminue au profit du promotionnel, des interviews. Le nombre de revues spécialisées, ainsi que leur volume de diffusion est de plus en plus restreint. Aujourd'hui, il ne reste que Cahiers du Cinéma et Positif.

Il fût une époque où une couverture de Télérama pouvait sauver un film Art&Essai; surtout dans les années 70-80 »⁶¹¹.

Cependant, il n'étend pas le systématisme du problème à l'ensemble des acteurs, et l'on en revient à une perception non pas fausse, mais incomplète du problème :

« il y a une marginalisation du cinéma art & essai et il y a un développement d'un discours commercial qui aurait à peu près ce fond (et dont vos exemples ne s'éloignent pas tant que ça) : tous les films se valent, le spectateur se débrouillera très bien... En gros, on fait l'impasse sur la dimension de prescription. On retrouve un peu le mythe du bon sauvage : il n'existe pas plus que le spectateur bon expert. Le spectateur roi, libre de faire lui-même ses choix a tout de même besoin d'un prescripteur. Et qui est le prescripteur ? Personnellement, je préfère que le prescripteur soit l'instituteur de mes enfants plutôt que l'industrie qui va prescrire Harry Potter 6 parce que du 1 au 5 ça a bien marché. L'individu roi n'existe pas ; à chaque spectateur a été prescrit quelque chose et le tout est de savoir ce qu'on lui prescrit et, surtout et avant toute échelle de valeur, qui prescrit quoi. Qui est prescripteur ? Wall Street ? L'universitaire ? Il y a un prescripteur quelque part sauf qu'il y en a que l'on peut identifier parce qu'ils s'affichent (l'exploitant, l'instituteur...des individus qui parlent toujours d'un savoir) et il y a

⁶¹⁰ cf Annexe 11 : « Entretien avec Roger SICAUD, conseiller cinéma à la DRAC Rhône Alpes », p.856

⁶¹¹ ibid.

celui dont on ne parle pas, que l'on ne voit pas, mais qui est cependant là, ce qui le rend d'autant plus sournois et c'est le libéralisme sauvage.

On est vraiment dans un changement violent où l'espace critique (qui était fort) s'est monstrueusement rétréci »⁶¹²

Il est évident qu'il n'y a pas deux économies, deux mondes du cinéma clairement séparés. Les différentes valorisations, représentations du cinéma au sein de l'espace public sont saisies ensembles au sein de cet espace. Autrement dit, tous les critiques participent du système qui, par ailleurs, apparaît comme problématique ; les exploitants qui reprennent des textes de critiques s'inscrivent aussi directement dans ce problème général. Si, effectivement, la logique « purement commerciale » joue des dispositifs de jugement impersonnels et y trouvent une forme de légitimation, la logique de la plupart des critiques – et des salles de cinéma qui utilisent les critiques – veillent, consciemment ou non, à s'inscrire dans le même type de dispositif. Il y a une même réduction de l'espace critique en proposant, par exemple un film *Afghan*, en justifiant le choix par une critique dithyrambique du *Monde*, que de proposer *Harry Potter 6*, parce que les cinq premiers ont marché : dans un cas comme dans l'autre, il n'y a pas d'invite au regard critique du spectateur, il n'y a pas d'explicitation des logiques de programmation...

L'on retrouve alors, dans l'espace public, dans l'articulation esthétique / institution, moins une critique de *l'aisthisis*, que la mise en place (et la reproduction) d'une conception dichotomique de la pratique cinématographique. L'on comprend d'autant mieux ce que l'on avait précisé dans l'analyse critique des *mercatores* dans l'articulation singulier / collectif : les différents types de public reprennent en charge cette conception dans leur approche du cinéma et se disciplinent à la reproduire. L'on tend à oublier que la « vérité » est ce qui fait sens pour un ensemble de sujets donnés et donc que la « pratique cinématographique » est ce qui fait sens pour un ensembles de spectateurs et d'agents appartenant à l'espace public cinématographique.

L'on observe plutôt deux mondes qui se regardent en chiens de faïence, avec, quelque fois, des passerelles qui impliquent une forte acculturation (c'est tout autant une discipline de n'apprécier et soutenir que le cinéma de divertissement, que défendre bec et ongle le cinéma comme « fenêtre ouverte sur le monde »). Ce que ne comprennent pas les critiques cités, ainsi peut-être que Roger Sicaud – c'est que le propre de l'espace critique n'est pas d'être le lieu de la critique, mais le lieu où s'offre l'intuition, les conditions de possibilités de toute critique de

⁶¹² *ibid.*

spectateur. De même, certaines exploitations *art et essai* se consacrent comme « espace critique », or il n'en est rien. Parce que cela reviendrait à dire que c'est déjà un acte critique que d'aller dans ces lieux. Cavell dit pourtant que comprendre le cinéma, c'est à la fois prendre en considération ses exemplarités et ses œuvres plus communes ; et Daney, à sa manière, l'a éprouvé également au niveau des dispositifs et lieux de réception. C'est au spectateur de se positionner comme il l'entend par rapport aux institutions, et non à un représentant de l'institution de se poser comme critique. Les salles doivent simplement – encore qu'il ne s'agisse pas de quelque chose de très simple - veiller à offrir des conditions de possibilité de critique.

iv. Première caractérisation d'une exploitation
factor : l'inscription d'une logique (dialectique) de médiation dans (et malgré) le marché des singularités

Nous avons compris que le marché reprend et subverti les logiques de médiation et les logiques historiques de la pratique cinématographique telle que définie par les institutions. Nous avons également compris que les acteurs institutionnels ont leur pratique relativisée par le marché et, puisque celui-ci capte l'attention du public et a une forte visibilité, toute stratégie d'exploitation doit se positionner vis-à-vis des institutions, vis-à-vis de l'espace public, et vis-à-vis du marché.

Si, dans la présente thèse, nous plaidons pour une revalorisation de la fonction d'exploitant, il s'agit de revaloriser cette fonction aussi bien vis-à-vis des institutions que vis-à-vis du marché. Nous insisterons sur le rapport à l'institution en fin de thèse, avec un certain nombre de propositions que nous laisserons au jugement d'économistes et de professionnels du champ. Pour l'heure (et pour donner plus d'importance à une réflexion institutionnelle), il s'agit de déterminer des espaces, au sein du marché, où l'on peut revaloriser l'exploitation cinématographique.

Pour mémoire, nous avons vu, en fin de deuxième partie de la thèse, que l'exploitation n'est caractérisée que par sa qualité de diffusion de film, dans le marché qui s'organise sur de la création de valeurs autour des films. Ce faisant, les multiplexes apparaissaient alors comme les formes d'exploitations exemplaires puisque bien inscrits dans le dispositif de jugement *Méga*, qui s'articule, par ailleurs, très bien aux régimes *d'expert* (puisque les multiplexes

s'accaparent les films primés dans les festivals) et *d'opinion commune*⁶¹³. Ce faisant, le marché catégorise, par la négative, les exploitations *art et essai* au régime de l'authenticité qui a un relatif intérêt commercial, mais qui « souffre » d'une forte « barrière à l'entrée ». Les *salles de proximité* – c'est-à-dire les salles généralistes implantées dans des espaces moins visibles et qui ont, donc, moins d'impact commercial – sont, quant à elles, dans une relative anomie au sein de cette logique ; de fait, au sein du marché actuel, elles sont relativement impuissantes et confrontées à de réels problèmes économiques.

L'économie de marché ne se soucierait pas de (voire viserait à empêcher) la possibilité d'une autre forme de valorisation des salles, d'une valorisation de l'expérience cinématographique qui articulerait esthétique et politique, si, comme le démontre Karpik (à travers l'exemple des disques de variété) la tendance actuelle du marché, qui radicalise trop l'importance du régime de *l'opinion commune*, contient le risque de *désingularisation* des films et, donc, le risque d'une rupture du marché. Le marché, qui prend toute sa puissance sur *l'opinion*, a beau jouer à dénier la sociabilité et le *sens commun*, il perd de son importance aussitôt qu'il n'y a plus de *sens commun* autour des objets sur lesquels il fait son commerce. (C'est, d'ailleurs, à peu près dans la même logique que Marx disait que le capitalisme tend à se détruire de lui-même). Comme nous l'avons déjà dit, le marché veille à maîtriser la demande, mais ne saurait rendre compte de l'expérience.

C'est sur ce point précis que les médiateurs peuvent se positionner – y compris dans une logique de marché : ils ne sont pas simplement des diffuseurs, mais également des acteurs qui participent de la singularité de l'expérience. Ce faisant, ils réarticulent esthétique et politique et offrent des espaces critiques.

Encore faut-il qu'une telle approche trouve une inscription et une légitimité au sein des institutions, de l'espace public cinématographique et au sein du marché. Cela implique de penser l'économie de manière plus large que l'économie de marché des singularités telle que nous en avons eu un aperçu : ce dernier valorise, avant tout, le film et circonscrit les « demandes en film », mais, dès lors que s'y exerce une médiation, la valeur n'est pas exclusive au film, mais également inscrite dans l'épreuve de sociabilité qui s'opère dans la salle.

Nous postulons donc qu'il faut valoriser le travail des salles, donner une réelle dimension professionnelle à l'exploitant comme médiateur. Ce qui implique de revoir le schéma de

⁶¹³ Cf partie II, « iv. Comment le marché se construit comme seul référent possible : l'économie des singularités et la désingularisation », p.490

Karpik, mais, cette fois-ci, à l'aune du régime de coordination « dispositifs personnels » (plus proche d'une prestation de service plus ou moins « personnalisée », c'est-à-dire dont la qualité est notamment relative à la collaboration du prestataire et du consommateur) – alors que, jusqu'à présent, nous avons vu l'économie de marché du cinéma comme prenant son assise dans les « dispositifs impersonnels » (logique de diffusion d'un même objet pour tous, dont les valorisations ont une prétention plus ou moins générale)⁶¹⁴.

A priori, le cinéma ne s'inscrit pas dans le grand régime de coordination « dispositifs personnels ». En effet, il s'agit ici d'une logique de « réseau » qui permette des coordinations de valeurs – nous retrouvons, pourtant, la logique de relation dialectique qui produit de la signification. Cet *a priori* n'est valable qu'aussi longtemps qu'on considère l'économie du cinéma seulement sous l'angle de la chaîne de valorisation des films. Nous avons vu que les salles sont aussi identifiées par la négative, par une dynamique dialectique, à travers le processus de qualification des films. La dynamique actuelle du marché tend à un risque de destruction de ce dernier, parce qu'il est de plus en plus engagé dans une logique de spéculation (les acteurs du marché comme les consommateurs calculent en termes d'investissement et retour sur investissement).

Il faut « réencaster » ce marché, c'est-à-dire mieux l'articuler à l'espace public – pour l'heure, il semble accompagner l'espace public, « performer » et inventer des événements plus que produire des expériences qui seraient reconnues, auser de l'espace public, comme événementielles. Cela passe par la reconnaissance de l'importance de l'incidence du dispositif, de l'épreuve de sociabilité, dans l'expérience singulière du spectateur. Autrement dit, cela implique que l'on doit objectiver la dialectique singulier / collectif à l'œuvre dans le procès de signification, notamment par une qualification des salles autre que celle de simple « diffuseur ».

Cette démarche commence à se développer dans les travaux portant sur le marketing culturel que nous avons déjà eu l'occasion de citer⁶¹⁵. C'est en effet avec une identité explicite et

⁶¹⁴ Il est intéressant de citer ici les définitions qu'en donne Karpik : « *La (catégorie des dispositifs impersonnels) rassemble les appellations, cicérones, classements et confluences, c'est-à-dire tous les dispositifs qui procurent aux acheteurs une connaissance impersonnelle des produits ; la (catégorie des dispositifs personnels) englobe tous les réseaux, cette réalité invisible qui assure la circulation des connaissances tout le long des relations interpersonnelles. (...) les dispositifs impersonnels assurent la circulation d'une même connaissance pour tous, avec la réserve qu'elle se prête aux interprétations et ré-interprétations particulières, alors que le réseau est le produit de relations entre des personnes singulières. D'un côté, le même discours, de l'autre, une parole qui épouse les idiosyncrasies mutuelles* », *ibid.*, p.139

⁶¹⁵ Marteaux S. et Mencarelli R., « Le positionnement stratégique des entreprises culturelles : proposition d'enrichissement autour du concept de valeur », in *Revue management et avenir*, 2005/3-N°5

Van Maele M., *Cinéma : quel avenir pour les salles de proximité ?*, mémoire DESS Développement Culturel, Arsec / Université Lumière Lyon 2, 2003

clairement exposée que les exploitants peuvent programmer un peu plus librement et c'est dans la valorisation et la mise en scène du spectacle cinématographique qu'ils devraient donc s'identifier (et non en fonction de leur identité tacite à travers la programmation). Nous avons, certes, pointé que les salles font « nécessairement » (c'est-à-dire plus ou moins consciemment, de manière plus ou moins réfléchie) une « mise en scène du spectacle cinématographique » - lpar exemple, à travers les sémiotiques de l'exigence -, mais ce travail est absolument essentiel et trop peu pris en compte par beaucoup d'exploitants qui se concentrent, avant tout, sur leur programmation. L'on ne doit pas considérer la pratique cinématographique comme une « évidence » et, au contraire, faire un réel travail d'accompagnement du public, ainsi qu'avoir une réelle réflexivité sur les « signes » que l'on émet. Nous postulons, alors, que la valorisation des salles s'inscrit dans une logique de « réseau ».

D'une part, la communication des salles *art et essai* qui visent une grande visibilité s'établit sur le mode – non vérifiable – d'une passion commune ; en ce sens, ces salles constituent un marché-réseau qui, selon Karpik, s'établit sur le « régime de convictions », c'est-à-dire qui implique l'adhésion de l'exploitant, comme des spectateurs à un principe commun. La spécificité de ce régime consiste en ce que le rapport entre producteurs et consommateurs soit une relative forme de coproduction, de coopération dans le processus de production et/ou du procès de valorisation du bien ou du service. Cette coopération n'empêche nullement quelques conflits – bien au contraire -, mais il s'agit d'une sorte d'une action collective au nom de la passion commune.

L'exemple qui nous a semblé paradigmatique de cette démarche est le réseau *Utopia*. Les *injonctions surmoïques* (qu'Olivier Alexandre, dans son analyse que nous avons citée, qualifiait « d'injonction pradoxale »⁶¹⁶) établies par ce réseau – dans le rapport de communauté à travers le rejet d'un « ennemi commun » - construisent un relatif projet commun, une coparticipation prolongée et donc, un rapport de confiance⁶¹⁷. C'est sur un

⁶¹⁶ Cf notamment Partie II : « ii. *L'art et essai* : un retour aux sources biaisé », p.426 ; Alexandre O., *Utopia. À la recherche d'un cinéma alternatif*, L'Harmattan, 2008

⁶¹⁷ Nous reviendrons sur la critique du discours d'*Utopia* en début de conclusion, lorsque nous ferons une analyse des stratégies des associations d'exploitants. Cf Conclusion « Les perspectives associatives et les problématiques selon les contextes », p.727

Nous pouvons néanmoins donner présentement un exemple de la posture adialectique du discours de cette association à travers la manière dont elle exprime sa conception du passage au numérique sur son site Internet. Le numérique exprime, selon cette association, le renforcement de position dominante des Majors et des grandes exploitations, empêchant toute possibilité de cinéphilie :

« On imagine la mine d'or que cela représente pour de futés intermédiaires et autres tiers investisseurs qui imaginent mille et un systèmes pour profiter de la manne. Et les films, vous inquiétez vous ? Langlois, le père de la Cinémathèque Française, fouinait sur les marchés, dans les greniers, chez des collectionneurs, pour récupérer les films oubliés avant qu'ils ne disparaissent... Fini tout ce folklore romantique de l'auteur disparu

rapport de proximité politique et culturelle ancrée sur des analyses purement spéculatives que ce lien de confiance est instauré. En effet, pour être solide dans les conflits d'intérêts qui semblent dominer les rapports humains -, ce type de marché

*« doit alléger le présent au profit de l'avenir, donner toute sa réalité aux rétributions symboliques, transformer la relation d'échange en coproduction, ce qui suppose, auparavant, la construction mutuelle d'une entité collective qui bâtit sa force et son unité sur la passion comme sur la croyance ».*⁶¹⁸

Nous avons déjà eu l'occasion de voir les résultats de l'enquête d'Olivier Alexandre et d'analyser les différentes thématiques, utopies et idéologies qui fondent et permettent la pérennité de ce réseau : altermondialisme, lutte contre la normalisation culturelle,

puis ressuscité grâce à la passion d'un doux dingue : dans le meilleur des cas, la durée d'une copie numérique n'excédera pas dix ans et pire encore, les fichiers étant cryptés, on imagine combien il sera facile dans vingt, trente ans ou plus, si personne n'a pris soin de recopier tous les cinq ans des fichiers ad hoc, de classer, de repérer, de retrouver les codes... et les oeuvres disparaîtront ».

Cela apparaît être la faute d'un « système » qui est trop permissif vis-à-vis du marché :

« Ne serait-ce pas le bon moment de s'interroger sur la possibilité de ne pas se coucher devant une poignée de majors américaines et de réfléchir à la possibilité de dépenser moins d'argent public, avec un meilleur résultat sur le plan de la culture et de la diffusion en profondeur des films... histoire de donner l'impression que ce n'est pas le marché qui a le final cut ? »

UTOPIA, CINÉMA NUMÉRIQUE : cinéma de consommation rapide ?, disponible sur : <http://www.cinemas-utopia.org/U-blog/avignon/index.php?post/2011/06/22/CINÉMA-NUMÉRIQUE-%3A-cinéma-de-consommation-rapide>, consulté le 5 septembre 2011

Il est intéressant de voir un contre exemple : l'approche critique de l'association Atmosphère 53 vis-à-vis du rapport Goudineau sur le passage au numérique. D'une part, leur point de vue est clairement manifesté et vise une pensée dialectique :

« Nous avons lu le rapport Goudineau avec les yeux, non d'industriels du cinéma, mais de responsables d'une association engagée dans un travail de médiation culturelle autour de l'art cinématographique sur un territoire essentiellement rural et qui, À CE TITRE, se préoccupe du contexte mondial - technique, économique, politique... - où le cinéma est amené à évoluer ».

Ensuite, la proposition n'est pas rejetée en bloc, mais des parties sont problématisées, circonscrites par l'association, dont les point de vue et les pratiques orientées de problématiques rurales, ne sont peut-être pas assez envisagées par Goudineau. Il s'agit alors d'envisager autrement la ventilation des aides et la qualification des salles :

« Toutes ces salles ne pourront raisonnablement bénéficier d'aides publiques pour une mise aux normes « américaines ».

Une partie d'entre elles seulement doit l'être, mais à un niveau et à un rythme significatifs, en fonction de projets qui manifestent une exigence de qualité d'accueil et de programmation, ainsi qu'un engagement dans l'éducation au cinéma et le développement local.

Un schéma de diffusion numérique sur un territoire rural donné peut et doit combiner le plein équipement d'une salle de référence avec des équipements plus légers, parfois mobiles, pour les autres salles de cinéma et éventuellement d'autres lieux adaptés du territoire »

« À propos du rapport Goudineau », Atmosphère 53, disponible sur : <http://www.atmospheres53.org/projets.php?a=3>, consulté le 5 septembre 2011.

L'on distingue mieux le caractère problématique du réseau Utopia : un positionnement ancré sur la figure mythique des cinéphiles et de Langlois – qui n'ont plus lieu aujourd'hui – et un rejet total du « système », autrement dit, la communauté est créée par un rejet du « dehors » ; inversement, Atmosphère 53 circonscrit son espace géographique, mais s'inscrit dans un rapport dialectique

⁶¹⁸ Karpik L., op.cit., p.239-240

l'importance accordée aux débats politiques dans les séances...⁶¹⁹ Si notre travail fait la critique de cette démarche, c'est parce qu'il y a là une progressive occultation de la fonction élémentaire de l'exploitation cinématographique – c'est-à-dire offrir un espace d'expérience esthétique qui offre une double articulation sujet/film, singulier/collectif - au nom d'un rapport symbolique autre – c'est moins la sociabilité qui est éprouvée ici, que les valeurs propres à cette communauté qui se justifient par leurs répétitions. Certes, « *la passion commune n'est pas accessoire : elle représente le surplus qui fait tenir le marché dans le temps* »⁶²⁰, ce qui permet de ne pas avoir besoin de garant extérieur (contrairement aux autres salles de cinéma) ; mais, il semble ici que l'on ait affaire à une passion revendiquée de manière performative, plutôt qu'à un dispositif qui vise – en premier lieu – à offrir une intuition (une épreuve, une expérience) de la sociabilité. Ainsi, le spectateur de ce réseau doit déjà avoir une identité claire et forte afin d'y participer. Cela est d'autant plus problématique que ce glissement (d'une médiation qui offre l'épreuve de la sociabilité à un communautarisme qui se performe) est difficilement observable. Dans tous les cas, l'expérience esthétique est occultée, et la logique même de valorisation est ici totalement abstraite en ce ci que c'est moins l'expérience esthétique qui permet la critique du « partage du sensible » que l'inverse.

Selon nous, il y aurait une portée stratégique d'exploitation plus pertinente à s'inscrire plutôt dans la logique du régime professionnel, fondé sur une logique de confiance – et qui se manifesterait dans une logique d'échange. C'est-à-dire qu'il s'agit de prendre en compte l'asymétrie d'information entre le spectateur et l'exploitant, du moins dans la programmation de film ; ce qui conduit à penser des appareillages qui instituent de la confiance, notamment par une « promesse » d'entreprise, l'exergue de la logique éditoriale à l'œuvre dans le travail de programmation. Il s'agit là, finalement, d'une expression, dans la logique de marché, de la manifestation d'un imaginaire articulé à une logique symbolique, de la part de l'exploitant, et une délégation de cette articulation au public afin de lui accorder un *droit de regard*. Cela implique de saisir le métier d'exploitant selon une optique toute particulière et, notamment, de repenser (voire, tout simplement, rappeler) la nature du service qu'il propose et de la relation symbolique instaurée avec le public. C'est moins l'objet (le film) qui est singification du service, que la délégation d'un *droit de regard* sur l'objet ; l'asymétrie d'information est alors moindre et moins importante dans l'échange, puisque c'est précisément la délégation de

⁶¹⁹ Alexandre O., *Utopia...*, op.cit. ; cf partie II « ii. L'art et essai : un retour aux sources biaisé » p.426 ; cf Partie III « ii. Requalification des exploitations : Factor / mercator dans la médiation singulier / collectif » p.642

⁶²⁰ Karpik L., op.cit., p.240

pouvoir, l'élaboration d'une expérience possible, d'un *regard*, qui constitue fondamentalement la nature du « service » de l'exploitant.

Ce marché – puisque, dans ce chapitre, nous visons une légitimité de la médiation au sein d'une logique de marché - ne peut pas exister sans dispositifs spécifiques. Karpik, dans son analyse générale des marchés « personnels », offre des exemples de dispositifs spécifiques : autogouvernement, arrangements de contrôle (règlement, code de déontologie, autorité disciplinaire) et marché-réseau. Il convient d'envisager les dispositifs propres au cinéma. Il semble que ces dispositifs existent d'une certaine manière (au moins en France). En effet, à travers la quête de reconnaissance d'une relative « indépendance » des exploitants (qui implique un accès facilité aux films – notamment par le biais de réseau de programmation), il y a une sorte de marché-réseau qui se constitue. De même, le CNC a mis en place des codes de concurrence et a institué, dans les années 1980, la fonction de médiateur du cinéma, qui régule les rapports concurrentiels et offre une visibilité générale sur les pratiques au sein de la filière cinématographique. Autrement dit, l'espace public cinématographique, avec l'autorité de l'État, vise une régulation interne et ne soumet pas pas totalement celle-ci aux logiques classiques de marché.

Le marché-réseau n'est donc pas un marché classique, et n'est pérenne qu'aussi longtemps qu'il offre des dispositifs qui assurent sa qualité ; autrement dit, ce type de marché ne peut pas s'établir sur une rupture de la question de sociabilité (ce que fait le marché à dispositifs impersonnels qui, nous l'avons vu, exploite et subvertit cette question⁶²¹), au contraire, il doit veiller constamment à s'inscrire en relation avec celle-ci. Cela est déjà assuré d'une part, par les dispositifs de valorisations de films que nous avons vu précédemment ; d'autre part, et cela est absolument essentiel, par ce que Karpik appelle « *les réseaux cognitifs* », c'est-à-dire, précisément, les acteurs de sociabilité (l'entourage du spectateur), et, plus indirectement, par le *réseau marchand* que sont les filières et les associations⁶²². Autrement dit, ce marché fonctionne lorsqu'il valorise la circulation de la signification, qu'il considère que la sociabilité produit de la signification. Le problème de l'expressin de Karpik

⁶²¹ cf Partie II, « iv. Comment le marché se construit comme seul référent possible : l'économie des singularités et la désingularisation », p.486 et, surtout, partie III « iv. Le marché et les dispositifs de jugement », p.606

⁶²² « Le réseau cognitif englobe le réseau personnel, composé des proches (familles et amis) et des « collègues » (les personnes avec lesquelles les relations sont plus rares, moins familières et qui se nouent généralement sur les lieux de travail), et les réseaux professionnels, idéologiques et autres. Le premier est de loin le plus accessible, le plus utilisé et le plus important. Tous les réseaux cognitifs forment une réalité spontanée, extérieure au marché, tous sont composés de relations interpersonnelles le long desquelles circulent la connaissance. (...) Le réseau marchand est constitué de vendeurs et d'acheteurs dont les interactions conduisent à remplacer la méfiance par la confiance et à fonder l'échange sur une connaissance crédible des comportements réciproques » Karpik L., op.cit., p.229-230

est qu'elle tend à réduire ce vaste procès à de la connaissance ; nous élargissons cela en insistant sur la dimension dialectique qui s'établit entre le spectateur, le marché et la sociabilité. Le réseau marchand nous semble moins problématique lorsqu'il est employé, par exemple, par des associations qui reconfigurent leurs positions en fonction des relations signifiantes qui ont été établies lors de certaines séances.

La logique professionnelle de l'exploitant serait alors dirigée non pas en fonction d'une nomenclature ou de normalisations centralisées (voire étatiques), mais, avant tout, dans l'objectivation d'une relation typique avec le « client », qu'il faut interpréter comme une relation de délégation inscrite dans le symbolique (c'est ainsi que l'on rejoint l'économique à la dialectique). L'exploitant a un pouvoir éditorial reconnu par le spectateur et, dans un deuxième temps, l'exploitant délègue un pouvoir au spectateur, le *droit de regard* et la mise en place des conditions *d'expérience esthétique pleine*. Il y a un pacte tacite nécessaire entre l'exploitant et le spectateur, rapport de reconnaissance réciproque – et celui-ci n'a plus rien à voir avec une *injonction surmoïque*, dont on avait pointé un exemple dans les logiques du réseau *Utopia*.

« Cette relation instaure un équilibre de droits et de devoirs qui, lorsqu'il est institutionnalisé, se projette dans le temps long. (... Ce service) est simultanément associé à une forme d'action collective fondée sur la coopération entre le représentant et le représenté, au pouvoir discrétionnaire du praticien sur le client, à la confiance mutuelle et à la relation marchande »⁶²³.

Il y a un rééquilibrage des rapports entre exploitant et public, où l'asymétrie de pouvoir générée par un savoir du programmeur sur le contenu du film est compensé par son non-savoir de la manière dont le procès de signification et l'épreuve de sociabilité, dans la séance va donner son sens au film. Il faut considérer que, dans cette reconfiguration, il y a une perte d'un certain pouvoir de l'exploitant – puisque la signification n'est pas englobée dans le film, cela relativise l'importance de l'aspect programmation ; mais cette perte de pouvoir peut être compensée par une capacité à entretenir, dans le temps, un rapport de confiance avec le public, une capacité à créer des procès de signification et de sociabilité reconnu par le public. Historiquement, puisque l'exploitant a vu sa fonction se résumer à de la diffusion, ce dernier avait une sorte de pouvoir discrétionnaire sur sa programmation : connaissant et choisissant les films qu'il proposait au public, il avait une sorte de fonction de tutelle, proposant ce qui lui semblait être le mieux pour le public. Le spectateur était alors peu considéré dans ce rapport asymétrique en ceci qu'il était réduit à n'être que « récepteur » - tout au plus se manifestait-il

⁶²³ Karpik L., op.cit., p.247-248

dans le choix d'aller ou non voir le film. Cependant, l'apparition d'autres formes d'accès aux films – TV, vidéo, etc. –, ainsi que de multiples dispositifs de jugements ont considérablement démontré qu'il n'y a pas de « passivité » du spectateur – passivité qui est la source légitimant la tutelle – et du coup a tendu à exprimer une crise de confiance (qui s'exprime aussi bien au niveau de la chute de fréquentation des années 1980 que les problématiques liées aux NTIC). Cela signifie que le public ne reconnaît pas un grand pouvoir, une forme de tutelle, à l'exploitant ; plus positivement, cela signifie que le public qui va encore en salle est motivé par autre chose que la simple programmation de films.

Par ailleurs, la manière dont le marché (organisé autour de la valorisation de film) a distingué, par catégories de dispositifs de jugements impersonnels formels, les différentes formes de valorisation de film exprime les idéologies qui soutiennent l'illusoire pouvoir discrétionnaire des programmeurs (la recherche de profit, assise sur les dispositifs d'*opinion commune*, et la recherche d'intérêt abstrait, assise sur les dispositifs de jugement de *l'authenticité*)⁶²⁴. Cette objectivation, de la part du marché, modifie également la perception que les consommateurs ont sur l'offre des exploitants : celle-ci apparaît arbitraire au fur et à mesure que le spectateur mobilise des compétences et des connaissances ; il va, dès lors, viser à manifester son autonomie versus le pouvoir discrétionnaire des exploitants.

Plus l'exploitant résume sa fonction à de la programmation (et ainsi à se présenter avec un fort pouvoir discrétionnaire), plus le consommateur sera méfiant vis-à-vis de l'offre et du service de l'exploitant. Mais, n'oublions pas qu'il s'agit là que de la partie programmation de la fonction d'exploitant (et même, la programmation réduite à sa frange la plus limitée). Celle-ci peut être compensée par une reconnaissance symbolique d'une part de coproduction. L'exploitant ne traite pas avec un spectateur, mais déjà avec une forme collective, qu'est le public. La manière dont l'exploitant « anime » les séances, véhicule des informations autour de sa programmation, tend à faire un travail de médiation et d'accompagnement, doit manifester la dimension collective du rapport symbolique, doit exprimer non pas une logique symbolique de lecture (singulière), mais une logique collective d'appartenance et d'élaboration de la signification. La médiation culturelle en générale, et cinématographique en particulier, implique un régime d'interdépendance, sur le plan de l'économie politique, ainsi que sur le plan de l'économie symbolique. Et ces deux plans peuvent coïncider dans un

⁶²⁴ cf partie II « ii. L'art et essai : un retour aux sources biaisé » p.426 ; Partie III « iv. Le marché et les dispositifs de jugement » p.606 ; cf Partie III « ii. Requalification des exploitations : Factor / mercator dans la médiation singulier / collectif » p.642

marché-réseau (et, ainsi, délimiter les logiques classiques du marché, sans pour autant empêcher toute forme de marché).

Ce travail de réflexion sur la perte de confiance du public et la recherche d'augmentation de qualité de service, ne peut pas être effectuée par un exploitant isolé. Ainsi, cela implique, d'une part, des réflexions localisées, en groupes professionnels, mais également (et après) de manière plus globale et centralisée. Ce schéma doit s'établir de manière déductive, et non pas inductive, telle qu'elle semble avoir lieu actuellement à travers le CNC, l'AFCAE, etc. Pour le dire autrement, c'est en fonction d'essais de la part d'exploitants, et de retours sur leurs expériences que l'on peut, à une échelle plus grande, établir des normes, des stratégies générales, une redéfinition du secteur ; inversement, beaucoup d'exploitations attendent des organismes nationaux un cadre référentiel qui leur permet d'envisager des stratégies.

À ce titre, le gros problème est la dépendance de l'État à la logique concurrentielle telle que perçue par la Commission européenne qui vise, très précisément, une standardisation des mécaniques d'offres afin de faciliter une concurrence par les coûts⁶²⁵. Cela ne permet pas de prendre en compte les multiples pratiques d'exploitations, qui sont relatives à la taille du marché et à la logique de sociabilité d'une localité donnée. Par exemple, il est évident que dans une localité, le pouvoir de coopération est possible, dans une grande agglomération, il faut, au contraire, trouver du « capital confiance » en légitimant le pouvoir discrétionnaire.

L'État, mais aussi ses collaborateurs cinématographiques directs – les associations nationales d'exploitants (AFCAE, FNCF, etc.), ainsi que les associations nationales d'autres métiers du cinéma -, sont dans l'obligation de laisser une place importante au marché classique. Ils sont donc très concentrés à la recherche de moyens de limiter la dérégulation - notamment en peaufinant une stratégie industrielle générale qui vise la circulation et la valorisation des films, avec un retour financier -, ce qui n'offre pas de cadre de réflexion de fonds sur la nature du service de l'exploitant cinématographique, et, d'autre part,

Cela conduit aux stratégies essentiellement articulées sur des conflits internes à la profession – au détriment d'une articulation avec l'espace public (c'est pourquoi nous tendons à les

⁶²⁵ C'est précisément à ce titre qu'UGC a eu gain de cause auprès de l'État et du CNC – à propos des cartes illimitées – suite à sa menace d'avoir recours à la Commission Européenne pour statuer sur l'autorisation d'avoir une telle logique d'offre ; la démarche d'UGC, qui apparaît comme un réseau qui s'inscrit parfaitement dans les logiques classiques de marché, aurait été reconnue par la Commission qui aurait, par ailleurs, enjoint l'État à considérablement déréguler l'organisation générale de son système d'économie politique du cinéma

qualifier « d'abstraites ») - des exploitants dont Pierre Roy a rendu compte⁶²⁶, mais également a une stratégie d'offre, de la part des exploitants, qui est moins une prestation de service, qu'une affirmation professionnelle⁶²⁷, avec, comme corrélat, l'oubli de ce qui constitue la « demande » en cinéma – les problématiques d'idéal de soi et de sociabilité. L'affirmation de soi, l'importance grandissante des expressions du *conatus* du public n'est rien d'autre que le retour de cette « demande » refoulée, ici exprimée dans la logique symbolique de rapport de pouvoir.

Si nous avons postulé que l'exploitation doit être saisie comme « profession », c'est parce qu'elle doit, d'une part, être revalorisée, réinscrite dans le régime d'échange symbolique, et, d'autre part, dans la continuité rétroactive, qu'elle doit mettre en exergue la valeur d'usage esthétique. La valeur d'usage esthétique ne peut s'établir qu'au moins dans un cadre de reconnaissance des valeurs d'échange symboliques.

Nous comprenons que la fonction d'exploitant opère sur deux principaux aspects : l'aspect programmation et l'aspect animation/médiation. Nous venons de faire une première circonscription d'une proposition alternative de la fonction d'exploitant – dans une logique dialectique – et de l'inscrire dans une logique de marché spécifique qui peut s'articuler au marché traditionnel et l'équilibrer. Cela implique également une reconnaissance de cette fonction dans l'espace public cinématographique, ainsi qu'auprès des pouvoirs publics. Nous traiterons de cela en conclusion.

Pour l'heure, il importe de rappeler que cette définition alternative considère que la fonction d'exploitant consiste à établir, dans une confrontation du film à son public, une valeur d'échange symbolique. Cette valeur d'échange est le produit de l'articulation film / spectateur, et spectateur / salle. Autrement dit, elle repose sur deux procès de signification, sur deux valeurs : l'une, propre à la confrontation à un idéal de soi (et une problématisation de *l'aisthesis*) ; l'autre, propre aux enjeux et problématiques de sociabilité. Ce sont ces deux procès que nous allons successivement analyser dans les deux prochains chapitres.

Il est nécessaire de comprendre que, au fil de l'histoire du cinéma, ces valeurs se sont modifiées, ont été exprimées de manière différentes ; au fil des procès de symbolisation,

⁶²⁶ cf partie II « B. Construction du champ de l'exploitation : émergence d'une fonction et de stratégies relatives à l'espace public cinématographique », p.368

⁶²⁷ idem, et, principalement nos références aux travaux de Claude Forest; également, cf Partie III « ii. Requalification des exploitations : Factor / mercator dans la médiation singulier / collectif » p.642

différentes problématiques ont été engagées (et d'autres ont tendu à être occultées). Ainsi, si, par exemple, aujourd'hui, au niveau de la valorisation de l'articulation singulier/collectif, l'on problématise la notion *d'événementiel*, cette notion recouvre (et occulte) l'ensemble des problématiques antérieures propres à cette articulation. Or, les formes de médiation contemporaines doivent prendre en compte l'ensemble de ces problématiques et les objectiver (d'une manière ou d'une autre) auprès du public.

Nous allons donc faire un parcours historique et logique des problématisations de ces deux articulations afin d'objectiver un certain nombre de points qui ont été (logiquement et historiquement) occultés mais sur lesquels les médiateurs doivent travailler.

C. L'articulation spectateur / film : le « site du film »

Ce que nous nommons le « site du film » est l'hétérotopie où se problématise l'articulation film / spectateur, le « site » où la production signifiante générée par le film implique un procès d'échange avec le spectateur. Nous l'aurons compris, l'histoire du cinéma est principalement le procès de symbolisation appliqué au film : les changements de ses capacités expressives, du rapport symbolique engagé avec le film., de la valorisation du film et, in extenso, du cinéma en général.

Cette dynamique, ce procès, repose sur une opposition entre valeur d'usage et valeur d'échange, valeurs qu'il faut redéfinir pour cet objet. La valorisation du film connaît, alors, elle aussi quatre phases logiques et historiques qu'il convient de pointer, avec leurs versants objectifs et la part inconsciente qui s'opère désormais dans les échanges.

Cette réflexion est d'autant plus nécessaire qu'elle permet de prendre en compte les forces en action et, ce faisant, de pouvoir les objectiver ; surtout dans le cas de figure où l'exploitant se percevrait comme prestataire professionnel de service, et, plus globalement, comme médiateur.

i. Valeurs d'usage / valeurs d'échange ; valeur et signifiante dans le site du film

Le film, étant un mode d'expression apparu dans un contexte social et historique où le procès de symbolisation était déjà bien avancé, s'est vu définir une esthétique propre et ceci de manière d'autant plus impérieuse que ce n'est que par ce biais qu'il a pu être reconnu (comme art) et institué. Autrement dit, le cinéma a connu un procès de symbolisation qui a permis sa reconnaissance ; ainsi des « Vues Lumière » à James Cameron, en passant par Godard, Fritz Lang (et bien d'autres encore), c'est toute une économie signifiante, à plusieurs strates, qui se déroule, avec la mise en place d'un système de valeurs pures, mais aussi avec des aliénations du signifiant.

C'est à ce titre, d'ailleurs, que Cavell refuse que l'on parle « d'évolution du langage cinématographique »⁶²⁸. Il n'y a pas de téléologie dans le développement du cinéma. D'une part, il pose comme principe que le cinéma ne se déploie pas dans un rapport de ressemblance ; le cinéma – comme la photographie – ne représente pas de la réalité, il la retranscrit ; le film, comme la photographie, c'est de la réalité. C'est, alors, toute la réflexion sur le cinéma sur le réel qui est directement problématisée dans ces formes d'expressions produites par des mécanismes automatiques. Et, donc, ce faisant, c'est la « centralisation du sens » - les normes interprétatives, les logiques de « partage du sensible » -, c'est l'ordre symbolique lui-même qui nous apparaît dans « l'apparente évidence de sens » qu'offre un film. Autrement dit, en ne s'inscrivant pas spontanément dans un régime d'art, le cinéma problématise les régimes d'art antérieurs, et les conditions idéologiques de « partage du sensible » qui les déterminaient ainsi que les modes de perception des sujets. D'autre part, dans le prolongement de ce que l'on vient de dire, le cinéma porte en lui les questions de *l'héritage* et de la *compensation*, manifestées principalement par l'émergence, la pérennité et la disparition de genres cinématographiques. Les genres sont des vecteurs d'expression et de signification à partir d'émotions premières (peur, sentiment de justice, rire, « douce pornographie ») et, plutôt que présenter tous des traits de conformité, les films appartenant à un genre exploitent, redirigent, ouvrent de nouvelles réflexions à partir d'un certain nombre de conventions. C'est l'épuisement de conventions qui conduisent à l'extinction d'un genre. Ce qui est ici manifeste dans le cinéma de genre est implicite dans tout le cinéma : les changements sont les résultats de rapports d'opposition, de rapports dialectiques. C'est pourquoi Cavell insiste sur un point, au début du chapitre 10 de son premier ouvrage de

⁶²⁸ Cavell S., *La projection du monde...*, op.cit.

réflexion sur le cinéma⁶²⁹ : se contenter d'évoquer l'épuisement des conventions ne constitue pas une réelle explication ; ce n'est que l'expression (et non la cause) d'une transition historique. Cette transition historique de l'esthétique, rend compte d'une transition historique du symbolique : c'est une toute articulation réel/symbolique /imaginaire, une nouvelle problématisation du « partage du sensible » qui est engagée et vis-à-vis desquelles un genre ne propose plus des formes signifiantes.

Ainsi, le procès de valorisation du film s'inscrit dans le même sillage que celui de l'écriture, telle que l'a repéré Goux :

*« Ce qu'indique la succession historique des modes de production des signes de l'écriture, ce qu'indique la tendance qui fait passer du pictogramme au hiéroglyphe, et du hiéroglyphe à l'alphabet, c'est une réduction de la figuration au profit de la pure relation, une réduction du signifiant concret au profit corollaire de la mise en place, par signe minimum économisé, d'un système de valeurs pures. Ou, plus justement encore, c'est le dépassement du signifiant comme tel par un sens qui le sublime, et en retour, par un mouvement obligé, le refoule »*⁶³⁰

Il s'agit là de la grande dynamique du procès linguistique, que l'on retrouve pour le film. Et l'on ne peut s'empêcher de relier la notion de « monde projeté » - monde qui « est de la réalité » - au concept de « medium » chez Benjamin qui a quelques ressemblances troublantes avec la linguistique saussurienne.

Dans l'analyse du procès de valorisation du film, il y a des énergies (des dynamiques) et des échanges objectivés par la mesure qui fait apparaître des valeurs (expressions abstraites et universelles de ces activités). Par exemple, dans la médiation culturelle, telle que nous la concevons, on saisit, comme condition préalable de tout échange, que le sujet n'a d'identité que par une relation dialectique à la communauté. D'où, à la fois, l'extrême importance politique de la médiation culturelle et, inversement, le danger d'une trop grande libéralisation des possibilités d'accès à la culture (qui occulterait la relation dialectique au profit d'une conception causale). Pour le dire autrement, il faut saisir la relation sujet / collectif en termes d'échange symbolique là où la tendance libérale la saisit en termes d'échange matériel.

Il y a des forces engagées par le film et des forces engagées par le spectateur. La force engagée par le film est la *signifiante* :

⁶²⁹ *ibid.*

⁶³⁰ Goux J-J, *Freud, Marx...* op.cit., p.121

« Le sens est l'intérêt d'une empreinte, d'une épreuve. Le sens est le dédommagement de la trace. De la trace comme douleur, affection, à réparer, à sublimer par la valeur, par l'universalité du sens »⁶³¹

Cependant, le schéma d'échange opéré dans le site du film ne doit pas être perçu dans sa pure positivité : il y a également des forces (libido – force de travail – force sociale – force individuelle – force scripturale, etc.) qui sont en jeu, mais qui sont occultées par la sphère de circulation (basée sur le détour de l'échange). La trace est inscrite dans une causalité de l'empreinte et rendue signifiante par les logiques arbitraires (c'est-à-dire structurellement et historiquement déterminées) du signe ; les reconnaissances de l'objet impliquent, *de facto*, une interprétation (historiquement et logiquement déterminée). Ces forces, que nous devons voir, sont les substances méconnues des valeurs ; elles sont, nous dit Goux, aliénées par la *loi régulatrice inconsciente* (car la force crée de la valeur, mais n'a pas de valeur). Ces valeurs sont précisément des valeurs d'échange symbolique que les théories du cinéma – ainsi que les différents rapports spéculatifs au film - ont mis en exergue tout au long de l'histoire du cinéma.

ii. Les 4 phases d'appréciation du film de cinéma et leurs valeurs respectives

En tant qu'un des éléments de la médiation cinématographique, le film est inscrit dans un procès historique de valorisation. C'est le développement historique des formes d'appréciation, en quatre phases de rapport dialectique, que nous traitons ici, où il s'agit de comprendre les mécaniques de valorisation / occultation qui conduisent à la valorisation et à la perception actuelles du film de cinéma. Il est important de préciser que ces quatre phases ont toujours été présentes dans le procès dialectique de symbolisation – quelle que soit l'époque -, mais qu'elles n'étaient pas nécessairement objectivées : la période contemporaine n'est pas une évolution, mais la caractérisation d'une des phases, d'un des problèmes, l'intérêt porté à une valeur. L'ordonancement n'est alors que le résultat d'un processus historique et non d'une continuité logique universelle.

Selon le stade de développement, l'esthétique du film est engagée d'une certaine manière et la perception que l'on porte sur le film lui-même change. Et si nous faisons ce parcours, c'est

⁶³¹ *ibid.*, p.108

pour dépasser les problématiques contemporaines et (ré)objectivant l'ensemble des appréciations, l'ensemble des valeurs.

Il est, par ailleurs, intéressant de noter que chaque type d'appréciation correspond à un élément signifiant de ce que Benjamin appelait *l'image-dialectique*, et c'est donc seulement en repérant ces quatre dimensions que l'on peut avoir une approche critique (et donc, selon notre vocabulaire, une valeur d'usage *esthétique pleine*).

Phase 1 : Le film de cinéma comme valeur relative du réel

Comprendre ce qui s'échange effectivement entre le public et le film implique de chercher les rapports signifiants en-deçà des catégories de jugement que l'on a développé. En effet, nous comprenons qu'il y a des rapports « conscients », disons « objectivés », et des rapports occultés, « inconscients », mieux encore : des rapports refoulés. Comprendre la logique de la médiation cinématographique – et ainsi définir un rôle à l'exploitant – implique de prendre en compte cet en-deçà.

Ce qui est projeté à l'écran est déjà une matérialité en action, un donné signifiant, une force de *signifiante*. Cavell l'exprime très bien lorsqu'il dit que l'on est face à un *monde projeté*, qui a quasiment une existence du fait même qu'il soit projeté et qu'il soit perçu par un spectateur. C'est moins une représentation de la réalité que déjà une expérience d'une certaine réalité. Le cinéma joue de l'illusion de voir, face à soi, des données empiriques, des objets que nous ne sommes pas obligés de constituer en objet – puisque cela semble pris en charge par le dispositif. C'est avant tout, cette expressivité qu'il faut reconnaître, identifier, comprendre. Ce n'est qu'ainsi que l'on peut comprendre les logiques symboliques à l'œuvre : à la fois une refoulement du « monde réel », qui est alors repris en charge par le film et son spectateur, et la critique du rêve moderne d'avoir une vision non subjective, rêve qui tend à faire oublier la seule qui rende le monde vivable la culture et le symbolique. Ainsi pouvons-nous comprendre le sens du propos de Cavell, selon qui, le cinéma

« montre que le monde peut être perdu : pas en lui-même, mais pour nous. (...) la modernité du cinéma est, j'aimerais dire, immanente : son problème est celui du monde, de notre croyance en la possibilité d'y établir des liens, d'y créer de nouvelles possibilités de vie »⁶³².

C'est donc la trace qui, en soi, pourrait être instituée comme objet et poser déjà les bases d'une réflexivité du spectateur et du media. Or, déjà, cette valeur d'usage reconnue au donné filmique est articulée à une valeur d'échange. Cette valeur d'échange tend à refouler la valeur

⁶³² Cavell S., *La projection du monde...*, op.cit., p.69

d'usage : le film est référé à la réalité et la chose signifiée à valeur de forme relative et la chose signifiante de forme équivalent. Pour le dire autrement : le signifié a valeur de forme relative et le signifiant a la valeur de forme d'expression, qui est, dans la logique esthétique, la valeur privilégiée. Ainsi, le problème de l'esthétique cinématographique consiste à évaluer si la forme exprime bien l'équivalence, autrement dit, si le signifiant exprime bien le signifié. C'est là tout le problème de la valorisation pictoriale du cinéma, qui appelle à un jugement critique de goût.

De là découle très logiquement le développement sur les cadrages. Le travail sur le cadre exprime une réalité profonde de la chose filmée : l'on filme du théâtre en plan fixe à la place de l'orchestre, le gros plan signifie une affection de la chose filmée... Ce premier degré de signification est la contrepartie accordée au spectateur (et par le spectateur) de par son travail de production d'interprétation (qui lui-même valorise, exprime – et occulte – l'engagement de l'énergie psychique).

Ainsi, l'esthétique du film, pour avoir un quelconque intérêt, est toute imprégnée de l'esthétique picturale d'alors, voire, dans les cas les plus aboutis, du symbolisme du dix-neuvième siècle. Ceci est présent dès les vues Lumière qui, on le sait, ne posait pas leur caméra de manière aléatoire.

Cela n'empêchait pas des critiques acerbes contre ce mode de représentation. En tant que reprise d'un symbolisme antérieur, sans la logique du dispositif qui lui est associé, le cinéma ne peut pas apparaître comme légitime aux yeux des tenants de la culture dominante. C'est le rapport compliqué à cet avènement de réalité qui fait que le cinéma était d'abord rejeté comme s'implantant violemment dans les mœurs au point de ne pas pouvoir distinguer les émotions réelles de celles qui sont mises en scène. Cependant,

« c'est justement à cause de la prégnance de la définition dix-neuvième, de ses origines romantiques, qui amenaient à lui conférer, sourdement ou ostensiblement, une valeur de pensée (une valeur spéculative, comme dit Jean-Marie Schaeffer), que l'art était l'horizon inévitable, si l'on voulait que le cinéma sortît du ghetto du « divertissement d'ilotes ». Même le goût surréaliste pour les films « idiots » supposait que, dans l'idiotie, on pouvait trouver une nourriture mentale »⁶³³.

C'est que l'on ne prend pas en compte le travail du spectateur, de la force qu'il engage dans le film. Et, du reste, l'apport des surréalistes a été précisément d'objectiver d'une certaine manière (par la question du rêve) le travail du spectateur – ils insistaient sur les principes de distanciation : l'insistance sur les rêves et le rapport onirique au film exprime la distanciation

⁶³³ Aumont J., *Moderne ?...*, op.cit., p.21

entre, d'une part, la temporalité et l'espace de l'expérience et, d'autre part, l'espace et le temps de la fiction. Déjà la *signifiance* est refoulée au profit d'une valeur d'échange, valeur d'échange garantie par le spectateur et par la distanciation. Cependant, historiquement, ce n'est pas n'importe quel spectateur qui manifeste cela: il s'agit d'esthètes, d'artistes, d'intellectuels qui expriment une quelconque valeur au cinéma.

Ce type de valeur originale de la *signifiance*, Benjamin la qualifiait d'image *fossile* : le signe, l'objet, se caractérise comme reste visible d'un phénomène originel et c'est précisément la manière dont le phénomène originel est refoulé par l'activité interprétative qui donne une première problématique critique.

Phase 2 : Période du muet et du boniment, logique analytique, par le truisme du montage :

Les images pouvaient déjà exprimer une affection de l'objet (c'est-à-dire une manière de saisir l'objet dans une logique interprétative); mais, ce qui tend à caractériser les pouvoirs expressifs du cinéma est précisément le montage et sa capacité à agréger des images autour d'une même logique et de déterminer leur interprétation.

L'effet Koulechov, le montage dialectique d'Eisenstein, les expérimentations de montage chez Griffith montrent bien que la logique de scansion de scène n'est même pas suffisante pour instituer le cinéma comme art. La simple représentation d'objets est loin d'être suffisante pour légitimer le cinéma. Ainsi voyions-nous déjà une grande importance du boniment dans l'apposition externe de signification – encore que la grande complexité du boniment consiste en ce qu'il indifférencie, dans son discours, l'interprétation de la promotion ; mais le boniment lui-même tend à disparaître dès lors que le film produit lui-même les critères de son intelligibilité. C'est, par ailleurs, à partir de ce moment que les critiques vont tendre à prendre en charge l'articulation esthétique / institution au sein de l'espace public ; ce sont eux qui, par leur distanciation, vont exprimer les logiques interprétatives. Ainsi, ce qui prime, n'est pas tant les signes cinématographiques que leur ordonnancement.

Du reste, cela explique pourquoi Benjamin, qui a tant travaillé sur les emblèmes esthétiques du dix-neuvième siècle, considère, comme caractéristique du nouveau siècle, la logique de *montage*. C'est par l'association d'images qu'émerge la signification. L'image cinématographique, en tant que telle, prend ici une deuxième acception chez Benjamin : celle d'*image ruine*, où sa signification ne prend tout son sens qu'en tant qu'élément de construction d'un autre plan de signification. Et, s'il est loin d'être aussi critique que ses contemporains vis-à-vis du cinéma, c'est qu'il perçoit dans cette logique de *montage* l'objectivation de la pensée dialectique, là où le dix-neuvième siècle consacrait le

subjectivisme dans ses aspects les plus radicaux. En effet, par la reconnaissance de la valeur *d'image ruine*, une distanciation supplémentaire s'effectue : il ne s'agit pas seulement de faire la critique de l'interprétation d'une représentation, mais également de la manière dont on met en relation les éléments afin d'avoir une compréhension générale.

Les cinéastes, eux-mêmes surdéterminent le montage et manifestent notamment la question de la *vitesse* et de *l'automatisme*. Le concept même de *photogénie*, tel qu'il est repris de Delluc par Epstein prend tout son sens dans cette conception dialectique : il ne s'agit pas seulement de l'expression par l'image d'une beauté qui reprend des critères esthétiques du siècle précédent, c'est également – et peut-être même avant tout – le troisième terme, le sens qui émerge du rapport entre deux images. C'est le lien par le montage qui établit la *photogénie* ; c'est le montage qui est un « malin génie » qui détermine la valeur signifiante des données empiriques.

C'est que l'usage explicite des puissances picturales trouvent leurs limites, qu'Aumont explique d'ailleurs très bien :

« la voie symboliste ne mène pas très loin, parce qu'elle ne rend pas justice à la sensation : semblant l'exalter (les images de *Caligari*, de *Genuine* ou de *Raskolnikov* sont saisissantes), elle la réduit à n'être que le premier stade d'un processus de signification fort lourd, et généralement décevant (le signifié est finalement assez pauvre, et on en veut au film de l'avoir dit si indirectement) »⁶³⁴

Ce qui est intéressant, c'est le rapport « sensationnel » à la réalité que le cinéma engage, c'est-à-dire une réflexion sur rapport sensible, sur les conditions perceptives, bref sur *l'aïsthésis* et non pas seulement spéculatif – ce qui explique, du reste, l'échec du *caligarisme*. Il s'agit d'exprimer, d'objectiver le caractère exceptionnel de l'avènement d'une « réalité ». Cependant, l'esthétique du film tend à se porter davantage sur les sensations générées par le film que sur la matérialité de celui-ci (et du rapport symbolique engagé). L'on glisse ainsi des problématiques liées à la représentation des choses vers la question de l'intérêt à représenter la chose (en occultant la question de la re-présentation).

Le cinéma montre ainsi l'impossible traduction, semble montrer une réalité. Mais l'on pensait alors que la réalité présentée par l'imaginaire cinématographique ne rencontrerait pas les mêmes problématiques (historiques) symbolique que le langage et l'écriture. C'est à ce titre qu'il y a eu un rêve *d'esperanto visuel*. Et, par ailleurs, ce que l'on nomme « cinéma du réel » n'est rien d'autre qu'une insistance sur la valeur d'usage du signe linguistique (mais, à ceci

⁶³⁴ *ibid.*, p.25-26

près que, fallacieusement, l'on tend à le percevoir comme trace d'un ça-a-été, c'est-à-dire déjà comme représentation). Il y a eu gain de cause de la valeur d'échange : d'une part, parce que le cinéma « fluide », qui implique un cinéma configuré de telle sorte qu'il y ait un rapport isomorphique entre les modalités de représentation avec les modalités de l'appareil psychique et social, et d'autre part, parce que, désormais, la question de la valeur d'usage est transposée sur « l'idiosyncrasie » du spectateur (avec, dans tous les cas, l'injonction à glisser du sens). Il y a le mépris de l'intérêt de la trace comme état de fait.

Face à cette logique de valorisation de l'échange – l'échange des signes entre eux au sein du film, l'échangeabilité du film – c'est l'identité du spectateur qui se constitue, en consacrant sa sociabilité et son appartenance à une logique socioculturelle donnée. Le public se distingue : il y a, d'une part, les *esthètes* qui valorisent le cinéma au nom de sa capacité à rendre compte des problématiques *d'aïsthésis* et, d'autre part, la *vulgate*, qui semble prendre plaisir à la représentation pour sa pure qualité divertissante.

On trouve ici les bases d'un rapport réflexif du cinéma que l'on retrouvera tout le long des procès de valorisation, tendant de plus en plus vers une logique spécifique à chaque langage, à savoir l'arbitraire du signe. Ce rapport réflexif est plus ou moins objectivé (et, donc, plus ou moins refoulé). Du reste, cette oscillation entre réflexivité et refoulement est caractérisée par les deux types de formalismes que pointe Goux :

- - d'une part le formalisme lié à la valeur d'usage des signes, notamment l'activité poétique. En ce sens, l'on se confronte à l'arbitraire du signe et l'on a une forte réflexivité ;
- - d'autre part, le formalisme lié à la valeur d'échange des signes, qui confond la valeur d'usage formelle qui découle de fonctions sociales spécifiques des signes avec la valeur d'usage réelle et productive. En ce sens, on refoule la dimension arbitraire⁶³⁵.

Très fallacieusement l'on réduit cette opposition à celle des films d'auteurs (qui commencent à être reconnus auprès du public esthète) versus les films de divertissement (puis, quelques décennies plus tard, les blockbusters). Fallacieusement parce que l'auteur ne fait pas nécessairement un film qui pose la matérialité du signe comme donné problématique - c'est par exemple toute la différence entre *À bout de souffle* (Godard, 1959) et *La nuit américaine* (Truffaut, 1973) ; il y a, au contraire, une injonction performative de l'auteur à

⁶³⁵ Goux J-J, *Marx, Freud. Économie et symbolique*, op.cit.

être reconnu comme tel. Il s'agit dès lors plus de reconnaître l'auteur (son idiosyncrasie, sa perception) que d'avoir une réflexion sur les composantes de l'expression cinématographique. Apparaît alors un rapport acritique au cinéma, un rapport purement formel qui est totalement inscrit dans un « partage du sensible » donné et qui refoule la question de la distanciation (et, par là même, toute perspective critique). Le formalisme, lié à la valeur d'échange, tend à devenir dominant pour une raison très simple :

- « Le langage discursif est ainsi l'occultation du détour de production qui l'entretient. Il se dispense de l'opération scripturale en l'exploitant d'une façon dissimulée. Ce qui est ainsi masqué, d'une manière générale, c'est la valeur d'usage des éléments combinatoires aussi bien comme produits (résultats du travail) que comme moyen de production d'autres produits. Le concept de signe n'appartient qu'à la sphère de l'échange (spéculaire), comme celui de marchandise ne désigne le produit que dans la sphère du marché »⁶³⁶.

Et ce formalisme concerne aussi bien les tenants du cinéma comme art, que la logique des amateurs du cinéma divertissant. Pareille valorisation de l'image correspond précisément à ce que Benjamin – reprenant les théories de Marx – caractérise comme le *fétiche*. *L'image-fétiche* se présente comme « fantasmagorie », comme représentation idéale dont le caractère exemplaire est le produit d'une idéologie donnée, prend tout son sens dans (et exprime) un « partage du sensible » donné. Si Benjamin entretient un rapport ambigu – mais critique, puisque « fantasmagorie » reste un terme dépréciatif – avec cette valeur de l'image, c'est parce que, d'une part, on peut certes rappeler que chaque action et chaque pensée est inscrite dans une idéologie – et donc que l'on a nécessairement des fétiches ; cependant, d'autre part, le problème de la « fantasmagorie » et du « fétiche » est qu'il tend à refouler l'idéologie qui la sous-tend et à se manifester comme représentation objective et universelle. C'est d'ailleurs à ce titre – et pour bien comprendre toute la complexité d'une telle approche critique – que Benjamin a, dans un premier temps, eu une approche critique de la modernisation qui l'a conduit à une relative nostalgie du « partage du sensible » de sa jeunesse ; cependant, il s'agissait d'un partage tout autant fantasmagorique dont il a fait la critique à travers *Enfance Berlinoise*⁶³⁷. C'est toute la complexité de cette valeur de l'image que l'on trouve dans la phase 3.

Phase 3 : Parlant, Film mesure, normalisation des échanges

⁶³⁶ *ibid.*, p.145

⁶³⁷ Benjamin W. « Enfance Berlinoise », in. *Les Lettres Nouvelles* 2, n°11, 1954

Comme nous disions, l'introduction de la parole est absolument déterminante dans le procès de symbolisation et dans la délégation du pouvoir du discours. La parole a une place déterminante dans la logique des équivalences générales et a contribué à la centralisation. Si le boniment laissait une place à la localité, le parlant donne les plein-pouvoirs au film (et la défense de la V.O. reste en ce sens : en effet, c'est la parole originelle et son timbre qui garantissent la source absolue du sens, en mettant en scène une signification du film articulant l'image reconnaissable à l'arbitraire du signe de la parole).

Le film devient à la fois objet de désir et parole qui dit comment désirer. Il y a toujours eu un frein à la « jouissance-cinéma »⁶³⁸, mais à partir du parlant, la dimension « perverse » du cinéma s'approfondit parce que la parole est relativement désincarnée. Certes, les acteurs parlent sur l'écran, mais ce ne sont que des traces d'une parole dont on ignore la source, le film devenant alors le signifiant de l'Autre. Žižek a brillamment démontré cela, surtout d'ailleurs en analysant des films « fluides » (qui, nous l'aurons compris, peut-être malgré eux, sont des anti-jouisseurs)⁶³⁹.

L'auteur tend à être le point d'équivalence qui donne tout son sens au film et à l'expérience du spectateur. Cette logique de symbolisation est particulièrement importante dans le sens où elle tend à valoriser également le cinéma plus « commercial ». C'est pourquoi, à la suite de Yann Darré, nous parlons de « cinéma des artisans » : c'est la capacité de l'auteur à trouver les images et le discours justes, c'est-à-dire satisfaisant pour la majorité qui définit un bon ou un mauvais cinéaste. Déjà le cinéaste prend les plein-pouvoirs discursif – un rôle relativement pervers -, mais celui-ci est circonscrit, délimité par un contrepouvoir qu'est précisément l'idéologie dominante⁶⁴⁰. La question du sens prime sur la question du signifié ; et les signifiants sont eux-mêmes restreints, exploités selon des figures qui deviennent des sortes d'équivalents généraux des signifiants. (Il est à noter que ce n'est que lorsqu'il y a équivalent universel du film que l'État s'intéresse concrètement au cinéma).

Dans cette évolution, le film n'apparaît plus comme « détournement de production » signifiante, d'expérience de cinéma, mais comme objet désirable ; et il tend même à glisser comme détournement

⁶³⁸ Eyzikmann C., *La jouissance-cinéma*, Paris, Union Générale d'Éditions, 1978

⁶³⁹ Žižek S., *The pervert's guide to cinema*, Lone star film, 2006

⁶⁴⁰ Pas de perversion chez Stan Brackhage qui, inversement, montre des signifiants purs ; il n'en demeure pas moins que, pour des esprits peu habitués à être hors des circonscriptions du procès symbolique idéal actuel – et, je l'ai moi-même été lorsque j'étais étudiant en cinéma, ainsi que mes « camarades » et encore bien d'autres spectateurs perdus face à ces films – l'expérience de pareils films peuvent être « traumatisants » en ce qu'ils peuvent être vécus comme sur-idéalisation, hyperconceptualisation, traces d'un signifié que l'esprit ne saurait pas envisager.

de production d'un signifié transcendant, plus important encore, qu'est le discours de l'artiste. Ce statut, peut-être que le film l'a toujours eu. Là n'est pas la question. La question est : dans cette étape du procès de symbolisation, du procès de reconnaissance du cinéma, n'oublions-nous pas les logiques de productions logiquement antérieures (dont fait partie l'exploitant) au profit du film comme objet désirable ?

À la suite de notre lecture de Cavell, nous postulons que oui. En effet, quelle a été sa surprise le jour où il s'est rappelé qu'un film est la réalisation d'un travail et que ce qui se passe dans l'espace diégétique peut être source de surprise (autrement dit que l'on fait l'expérience d'une signification que l'on ne pouvait pas anticiper). Surprise qui interroge à la fois notre conception morale (voire moralisatrice) du monde et notre rapport à l'expressivité (qui n'est rien d'autre qu'un problème structurellement analogue à toute forme d'échange). Toute la thèse philosophique de Cavell, sur le langage, sur la morale et surtout sur le cinéma fait suite à l'épreuve de la condition sceptique. Cette condition sceptique qui n'est peut-être rien d'autre que la prise de conscience du caractère d'étrangeté du retour du refoulé. Cela conduit à aller en-deçà de Kant, et de se demander, avec Emerson, ce qui constitue fondamentalement une expérience dès lors qu'on peine à accorder les pleins pouvoirs au symbolique⁶⁴¹.

L'usage et l'échange immédiat tendent à être occultés, au nom de la logique de circulation. La fonction symbolique n'apparaît plus dans la double médiation film / salle, mais dans l'enchaînement de métamorphoses des signes que le film présente et que le spectateur est censé saisir. De fait, l'expérience apparaît dès lors comme « sublimée » et les thématiques le sont également ; c'est à cette époque que l'on commence à donner une nouvelle conception moderne du cinéma. Et, à ce titre, c'est le rapport à l'institution qui devient absolument déterminant dans la compréhension du film. Tout se passe comme si c'étaient seulement les *points de vue* qui déterminaient la valeur ; du reste, c'est ainsi qu'ont été interprétés les logiques de « politique des auteurs ».

Dans ce rapport où la logique de médiation tend à être réifiée dans l'échange marchand, tout l'investissement du spectateur tend à être caractérisé dans la décision d'aller voir un film et de payer l'entrée. C'est l'achat, l'acte réel de dépense d'argent qui devient le signe de l'investissement du spectateur.

⁶⁴¹ Il nous semble cependant que le problème d'Emerson vis-à-vis de cette question est comparable au problème de Jung par rapport à la question équivalente posée par Freud : les deux visent un imaginaire universel, des sortes d'équivalents universels « congénitaux »...

La consécration générale du statut et de la fonction d'auteur tend les défenseurs du cinéma comme art à spéculer sur la logique symbolique à l'œuvre. C'est bien au nom de quelque chose que l'artiste s'exprime et cette « chose » est le « partage du sensible » - c'est-à-dire la logique symbolique de sociabilité et ses idéaux.

Aumont a raison d'insister sur l'importance de *Citizen Kane* (Orson Welles, 1941) dans le développement de la « modernité » cinématographique – c'est-à-dire dans le développement d'un discours légitimant le cinéma (et qui manifeste le stade du procès de valorisation du film). Il devient, en effet, le paradigme du cinéma classique virtuose. Et celle-ci se caractérise comme suit : virtuosité narrative, responsabilité pleine du dire et du dit, le cinéaste se pose comme romancier. « L'auteur » est par ailleurs réduit ici à un individu singulier – et non plus la question de genre, d'équipe création, etc.. Le classicisme cinématographique se caractérise par une imprégnation de la culture logocentrique.

À ce titre, un des concepts dominants à l'époque, dans le travail de réflexion sur le cinéma, est bel et bien « la caméra-stylo » d'Astruc : avec la parole au sein du film, nous pouvons chercher la parole d'un auteur, d'un auteur d'un art définitivement affranchi du théâtre et des problématique « d'image pour l'image »... Nous voyons bien à quel point la valeur productrice des signes est ici déniée, définitivement éradiquée, au nom d'un intérêt qui se porte principalement sur le génie d'un auteur. Welles devient la représentation d'une manière de faire coïncider les problématiques idéologiques d'une époque et une solution formelle (qui aurait comme signifié une promesse de liberté).

Le cinéma gagne en devenant un outil de réflexivité au sein de l'espace public, mais il y perd la dimension essentielle de réflexivité sur son propre mode d'expression ; celle-ci est occultée par la capacité de l'auteur de faire des mises en abîmes, des citations... bref de réduire sa déclaration à propos de l'art à un positionnement dans le champ de l'art.

C'est, par ailleurs, prise dans cette dynamique que la critique française n'a pas cerné la logique dialectique de la démarche de Rossellini : celui-ci a été représenté comme une figure d'une conception esthétique du cinéma là où il problématisait davantage la relation entre le mode expressif cinématographique et l'expérience de la vie moderne. C'est pourtant Rossellini qui apporte le geste artistique qui consacre véritablement la modernité du cinéma :
ce

« n'est pas une modernité théorique, ce n'est pas la déclaration d'un historien de l'art constatant la succession plus ou moins canonique des périodes, c'est le credo, pamphlétaire et radical, d'un artiste qui se veut contemporain, c'est presque un geste avant-gardiste dans sa radicalité »⁶⁴².

Aumont qualifie ce geste de « radical » parce qu'il implique une interprétation réflexive de la part du spectateur ; Rossellini veille à ce qu'il n'y ait aucune *fétichisation*. Comment se caractérise symboliquement cette radicalité ? Par une approche anti-classiciste, qui invite à regarder le monde tel qu'il se présente ; le cinéma, par ses images-traces, montrerait « l'évidence du monde », la preuve de monde, son incarnation. C'est bien la fonction d'éclairage sur le temps apporté par le cinéma qui intéresse les critiques. D'où, notamment, la fameuse théorie du « montage interdit » d'André Bazin, qui vis à dénier toute spéculation symbolique et imaginaire (mobilisées par le montage) afin de découvrir la puissance indicielle du cinéma. Nous pouvons ici mesurer tout l'écart entre Bazin et Cavell : Bazin reste dans une problématique de représentation, là où Cavell évoque une re-présentation, la mise en avant d'un monde singulier. Cavell est fasciné par le caractère « médiumnique » (pour reprendre l'expression de Benjamin) du cinéma, là où Bazin le dénie.

C'est dire si le cinéma a un rapport complexe avec l'avant garde. Au final, le geste avant garde se caractérise par l'exergue de ce qui a été précisément occulté à un stade antérieur. L'avant garde consiste, en quelque sorte, à retrouver la force fondamentale et la logique même de la médiation cinématographique de l'expérience. Mais, une fois encore, puisque celle-ci ne prend en compte qu'une dimension de l'expérience – à savoir le film – l'on tend à une logique formelle de reprise de la question de l'image-trace.

Cavell développe une démarche particulièrement intéressante pour nous en ceci que, contrairement aux théoriciens français, il n'a pas d'abord pensé le film comme le travail d'un auteur. C'est donc à partir d'une sensibilité particulière quant à la matérialité du cinéma et du film qu'il pose des questions qui nous apparaissent essentielles. D'une part, et nous y reviendrons, il ne cesse de parler de l'importance de la salle ; d'autre part, il évite la tendance à réduire l'expression cinématographique (et son utilité) au discours d'un auteur (et l'intérêt qu'on peut lui porter). Les européens sont, quant à eux, enferrés dans la problématique de discours et d'intérêt.

Godard semble caractériser l'impasse dans laquelle la pensée française s'est installée. Son premier film montre toutes les possibilités et toutes les libertés expressives possibles dans

⁶⁴² Aumont J., op.cit., p.49-50

le cadre symbolique de la narration. Il joue et exploite les outils et stratégies des générations antérieures en vue de les abolir pour un nouvel ordre de représentation ; un ordre de représentation qui serait plus proche de l'exigence morale et politique du cinéma de Rossellini. Mais, à l'image des intellectuels français, il ne saisit pas que ce nouvel ordre implique une haute réflexivité du médium cinématographique – dont la logique symbolique élémentaire est encore occultée – et non pas une éradication des logiques antérieures. Et le cinéma de Godard tend à s'isoler dans le temps, dans l'historicité du procès de valorisation des films. Il y a un aplatissement caractéristique, c'est-à-dire une logique de citations et de renvois à d'autres films qui ne prend sens, qui n'est compréhensible qu'en relation au discours de Godard. Cette logique de renvois centripètes est tolérée parce qu'elle reste toujours une sorte d'équivalence générale, de transcendance dans la figure de l'auteur et que cet auteur offre une réflexion. L'avant garde consiste même à ne se référer qu'à l'auteur : « *he's not writing about something, he's writing something* » nous dit Beckett à propos de Joyce, citation que reprend Barthes pour qualifier le cinéma contemporain qui serait un cinéma du signifiant (avec l'écart par rapport à ce que nous défendons en ceci qu'eux cherchent un signifié chez l'auteur). Et, nous dit Aumont, la critique souffre, parce qu'elle cherche un « message » (un signifié), une leçon politique et idéologique ; tout particulièrement dans le cinéma d'Antonioni qui, par définition, ne « parle » pas.

Au final, leur formalisme rejoint non pas le formalisme de premier degré qu'il s'agit de défendre (bien qu'ils s'en approchent), mais tendent toujours à une logique de valeur d'échange. L'on devrait plutôt chercher du côté « *something's written, something's here* ».

Les approches qui visent à problématiser, de la manière la plus précise, la matérialité de l'image cinématographique tendent à être définitivement reléguée au cinéma expérimental et à la vidéo. Pis, ce sont même plutôt les vidéastes qui ont peut-être le mieux expérimenté les problématiques de forces en actions dans une expérience audiovisuelle, parce qu'ils ont très rapidement intégré à les travaux la question des dispositifs ; là où le cinéma expérimental spéculait bien plus sur les mécanismes d'illusion cinématographique⁶⁴³, sur les matières du dispositif filmique⁶⁴⁴.

⁶⁴³ Voir, par exemple, *Tails* de Paul Sharrits (1966). Le « tail » est la bande noire de fin de bobine. L'auteur a filmé la projection (en montrant les photogrammes et les perforations des pellicules) des fins de bobine, à des vitesses variables. Ainsi, ce film montre toutes les mécaniques d'illusion optique du dispositif, mais aussi de l'importance de la question du cadrage dans un processus d'occultation d'un pan du réel.

Nous voyons bien ici à quel point la réflexivité est limitée : elle se contente de problématiser des rapports illusoirement optiques, et ne pose jamais la question du symbolique.

⁶⁴⁴ Voir le travail, entre autres, de Stan Brackage de peinture, de rayures sur les pellicules.

L'équivalence glisse du film au rapport entre tous les films, à la question de l'expression cinématographique en général et son rapport au réel et au social. Mais c'est ici moins l'effort de signification que nous observons, reconnaissons, analysons que la logique et la légitimation d'une parole, notamment celle de l'auteur. Le film n'apparaît que comme une certaine contingence, un signifiant complexe, où la parole est, au contraire, le signifié, le discours qui monopolise le sens. L'on vise dès lors moins l'écriture filmique, sa signification, en ce qu'elle est productive, qu'un sens qui serait camouflerait, un fonds.

Dans la logique formaliste, qui occulte presque définitivement la question de la représentation des choses, l'on ne se porte quasiment plus sur l'intérêt de représenter la chose, mais, plus encore, sur l'intérêt que l'on peut avoir sur le fait de regarder une représentation de la chose. C'est au nom d'une abstraction totale que nous pensons notre intérêt lié au cinéma, et plus du tout une question d'utilité. C'est ainsi que, logiquement, l'on glisse vers la quatrième phase de valorisation du film.

Phase 4 : l'événement comme mise en scène de l'imprévisible et de la transgression des codes

Les problèmes suscités par la question de la modernité cinématographique vont « enfler », prendre des directions radicalement différentes, multiplier les spéculations. Au mont insiste sur la surmoïsation politique et philosophique de tout le champ culturel, caractéristique des années 1970, avec les déconstructions et analyses critiques de la fiction ou des dispositifs, mais également avec la perte de signification de la politique des auteurs, qui se réduit à une lutte « d'un monde personnel » contre l'évidence esthétique industrielle, l'auteur d'art n'étant alors promu qu'au nom d'une pure convention institutionnelle. De telle sorte qu'il y a éclatement, au début des années 1980, de toutes ces problématiques, une sorte de non lieu théorique, où les traces des questions antérieures subsistent, mais sans plus aucune portée théorique : c'est particulièrement à cette période que l'on parlait, une fois encore, de mort du cinéma, de postmodernisme, etc.

Les films jouent alors du mélange de genres, ou alors surdéterminent un aspect de la construction symbolique du cinéma (sur citation chez Godard, surdramaturgie chez Lynch, surperception dans le cinéma en 3D...). Les mécaniques mêmes de renvois d'un film à un autre portent moins à consacrer le grand espace intertextuel, intericonique, du cinéma que de consacrer la capacité d'un individu à jouer avec les signes, à faire un parcours sinon signifiant, au moins ludique : à ce titre, l'on peut mesurer le canyon entre Godard et Tarantino. Il y a un affaissement total de la dimension historique.

Dans l'étape précédente, la parole avait une place déterminante ; désormais, c'est l'idiosyncrasie qui prime. Idiosyncrasie du spectateur versus son interprétation critiquable parce que sociohistoriquement contingente ; idiosyncrasie du cinéaste versus les grandes recherches inabouties de la « modernité » cinématographique. Reste à déterminer si l'esthétique du film intègre tous les stades antérieurs ou si, inversement, elle glisse à leur surface, n'en prend que les éléments formels. L'image *fétiche* – qui est, par ailleurs caractéristique de l'idéologie postmoderne – resterait sur une simple reprise formelle ; inversement, pour reprendre l'expression de Walter Benjamin, l'image peut aussi être *image de rêve et d'éveil*, c'est-à-dire une image qui prend tout son sens avec l'interprétation critique d'une singularité : c'est l'interprétation qui est alors problématisée, qui devient écriture. C'est cette tension entre le *fétiche* et *l'éveil* qui caractérise l'événement, la problématisation de la distanciation (ou son refoulement) et de l'imprévisible.

L'on peut trouver, en termes historico-esthétiques, un basculement (parmi d'autres) : l'astuce de George Lucas, avec la commercialisation de produits dérivés de *Star Wars*. En effet, son astuce a été de considérer que ce n'est pas seulement le film et sa parole qui seraient équivalents général, point de valorisation de l'expérience filmique, mais l'espace diégétique lui-même. Dans la sacralisation de l'imaginaire, le symbolisme est contraint à des logiques formelles (au même titre que l'imaginaire lui-même est vidé de toute question d'ordre symbolique). Le caractère symbolique consiste dans le partage d'un imaginaire commun ou communément admis. Autrement dit, l'imaginaire n'a pas comme seule vertu d'objectiver un rapport symbolique : il se manifeste comme point d'entrée.

À partir de ce point, on peut comprendre un déploiement capitaliste accéléré et profond du système d'échange cinématographique. Car le capitalisme est système de centralisation des valeurs (et ce que dit Karpik et ce que l'on a dit de l'économie du numérique n'en sont que des prolongements, des expressions). Dès lors, le capitalisme, qui s'enracine dans un conflit entre deux valeurs – celle qui gouverne et celle qui est gouvernée – que l'on retrouve régulièrement entre les salles de quartier et les multiplexes, entre les films d'auteur et les *entertainment*, est moteur de la puissance du marché.

La valeur accordée à la dimension événementielle change aussi la manière dont le spectateur s'investi – il s'investi moins qu'il n'investi dans une proposition imaginaire. Il y a un rapport de distanciation absolument déterminant. D'une part, il délègue ce qui apparaît désormais comme le plus précieux, c'est-à-dire de son temps, et, plus précisément, de son temps de

cerveau disponible. Ce faisant, il participe à la chaîne de valorisation du film et au renforcement de l'idéologie dominante. Ce registre de production peut être encore plus exploité, en inscrivant plus activement encore le spectateur dans le processus de valorisation et de visibilité du film. C'est notamment l'approche spéculative, acritique et adialectique de la cinéphilie, que nous critiquons.

Nous comprenons qu'à chaque phase correspond une problématique d'articulation film/spectateur et une valorisation spécifique de l'image. *L'esthétique pleine* implique une réflexion sur le film et sur l'interprétation ; l'expérience esthétique recouvre les quatre valeurs – fossile, ruine, fétiche et rêve – et constitue ce que Benjamin appelle *l'image dialectique*. C'est dans la détermination de celle-ci et dans le positionnement qu'il a vis-à-vis de cette « image », que le spectateur comprend et éprouve le « partage du sensible » où il s'inscrit. Dans sa logique de programmation, mais également dans le discours qu'il construit autour de sa programmation, l'exploitant doit rendre compte de ces quatre valeurs, de ces quatre dimensions.

D'autre part, parce que l'on ne peut pas totalement séparer la logique de programmation de la logique « d'animation », il convient de préciser comment chaque stade du procès de symbolisation du film implique une problématisation spécifique de la disposition du film et de son spectateur. C'est précisément cela que nous allons traiter dans les prochaines pages, sous l'appellation de « versants objectifs » de l'échange, où nous insisterons sur l'identité du spectateur telle qu'elle se manifeste. Cependant, nous l'avons compris, il y a des éléments de l'échange qui sont occultés derrière la valeur accordée à l'image et ce sont ces éléments accordés par le spectateur que nous analyserons ensuite comme « échanges inconscients ». Autrement dit, il s'agit dans les prochaines pages de voir tous les éléments (plus ou moins manifestes) qui participent de l'échange symbolique entre le film et son spectateur

iii. Les versants objectifs de l'échange symbolique film / spectateur

Au fil des différents stades de valorisation, le spectateur se voit être identifié, caractérisé par rapport au film qu'il regarde ; de même, il l'est selon les procédures logiques propres au stade de valorisation du film.

Dans le premier stade, l'on reconnaît et valorise le *regard*. Le spectateur, nous dit Cavell, est « anarchiste » : ce n'est pas tant l'intégration des représentations cinématographique dans des logiques culturelles dominantes qui intéresse le spectateur que l'identification à une représentation qui, au contraire, joue et se dérobe de ces logiques. C'est d'ailleurs dans cet esprit que les premiers esthètes du cinéma ont valorisé leur démarche ainsi que l'expérience filmique. C'est le plaisir de se confronter à des présences fantomatiques qui est absolument déterminant. Ultérieurement, les surréalistes ne font rien d'autre que reprendre cette logique, lorsqu'ils sacralisent le *Nosferatu* de Murnau (1922), plus précisément l'encart « *une fois passé le pont, les fantômes vinrent à sa rencontre* ». C'est précisément la projection d'un monde autre, visuellement proche du notre et pourtant évanescent qui séduit le public et lui confère ce statut « anarchiste ».

Un premier basculement s'opère avec la caractérisation du cinéma comme support d'un discours et, plus encore, d'un discours artistique. Le caractère « anarchiste » est alors relégué à une approche naïve : celle du petit public qui se divertit de représentations imaginaires. Inversement, l'esthète se caractérise par sa capacité à comprendre un discours ou à en formuler un à partir de son expérience. Autrement dit, c'est la question du *point de vue*, ici traitée par la reconnaissance d'une identification passagère spectateur / réalisateur, qui devient déterminante dans l'identification du spectateur.

Mais c'est déjà ici que l'on voit une tendance à l'approche purement formelle du cinéma : d'un côté, le film tend à se réduire à un discours ; de l'autre, la « réception » ne prend de valeur, de distinction, que mobilisée et justifiée dans l'ordre du discours au sein de l'espace public⁶⁴⁵.

Le parlant et le cinéma des « artisans » tend à conférer à tout le public des compétences présumés, des *points de vue* présumés. Le rapport au cinéma change : l'on ne va plus au cinéma, l'on va voir un film (pour paraphraser Aveline). Le film est valorisé selon son nombre d'entrées. L'expression du *point de vue* est, au moins, dans l'acte d'aller voir le film : une sorte de degré zéro d'expression du public. Ce qui, en retour, inscrit, plus ou moins, le spectateur dans une forme de communauté culturelle. L'on reconnaît alors (relativement) le public comme acteur de la signification – « relativement », parce que la « part » du spectateur n'est représentée que par la fréquentation et bien peu, encore, par la

⁶⁴⁵ C'est précisément à l'encontre de ces tendances au formalisme que Cavell insiste sur un point important : analyser et comprendre l'expression cinématographique implique de prendre à la fois ses exemples les plus hauts (entendu, ses films les plus exemplaires) et ses exemples les plus communs. C'est que les uns comme les autres exploitent un même médium et, plus encore que les premiers, ce sont les seconds qui illustrent des procédures d'efficacité expressives.

reconnaissance de son incidence dans le procès de signification (et encore moins la reconnaissance de l'articulation sujet/ collectif dans une séance).

C'est précisément ce positionnement logique du spectateur dans l'ordre du discours qui déstabilise Cavell et qui l'incite à réfléchir (dans les deux sens du terme) sur la logique des rapports de signification qui s'opèrent au cinéma (qui offrent l'intuition des rapports symboliques en général et donc également moraux). C'est pourquoi nous situons le point d'entrée problématique de son œuvre dans la citation suivante :

« On apportait avec soi à l'intérieur de la salle ses fantasmes, ses camarades et son anonymat, et on repartait avec sans qu'il leur soit rien arrivé. À présent qu'il y a un public (c'est-à-dire comme au théâtre), mon domaine privé est l'objet d'une demande ; de sorte qu'il m'importe que nos réactions au film ne soient pas partagés »⁶⁴⁶.

S'opère un changement de logique symbolique, un renversement de pouvoir symbolique ; la tactique elle-même glisse d'un relatif anarchisme vers, au contraire, une affirmation identitaire, ne serait-ce que dans la formulation de la « demande ».

L'importance de la question de l'identité culturelle était, d'ailleurs, très importante lors de l'émergence du parlant. Derrière la parole, c'est l'identité nationale qui était en jeu ; et ce n'est pas un hasard si l'État s'est intéressé à l'industrie cinématographique à cette période. Le film étant le même pour tous, et le spectateur commençant à être engagé concrètement dans le processus de valorisation, il devenait important de développer une politique culturelle à l'égard du cinéma. L'expérience esthétique devient dès lors manifestement teinté d'une problématique politique, voire identitaire ; mais, une fois encore, saisie sous son aspect purement formel. C'est moins la question de l'intuition de sociabilité – par la médiation culturelle – qui est posée, que l'expression de l'appartenance qui se manifeste dans le processus de décision vis-à-vis de tel ou tel film (et selon son appartenance culturelle).

C'est dire si les débats portant sur le cinéma se portent moins sur son esthétique qu'au nom de quelque chose qui transcende très largement l'expérience esthétique : la culture, l'état...et, pour les tenants de la modernité cinématographique, de l'Art.

Il nous apparaît qu'au dernier stade de développement, où nous sommes encore, le grand public se porte moins à la question politique globale ou au nom de l'Art, qu'il est déterminé au nom de l'Imaginaire d'appartenance et de l'appartenance à l'Imaginaire. C'est précisément la reconnaissance du travail critique du spectateur qui est la problématique

⁶⁴⁶ Op.cit.

contemporaine de l'articulation film / spectateur. Et tout le problème est que la dimension critique, dans la définition dominante de la pratique cinématographique, inscrit trop le spectateur dans une pratique individuelle de « lecture » là où, au contraire, il s'agirait d'objectiver la dimension critique en insistant sur l'importance du procès de sociabilité.

Les compétences, les connaissances et les jeux de sociabilité des communautés de spectateurs et de fans qu'analysent Jean-Pierre Esquenazi, Laurent Jullier, ainsi que la thèse en cours de David Peyron sur les *geeks*, ne démontrent rien d'autre que cette logique d'appartenance aux formes et l'emploi formel des logiques d'appartenance. De même, les défenseurs d'un cinéma « légitime » peinent à sortir des considérations de leurs prédécesseurs. Tout au plus, la pratique cinéphile – lorsqu'elle n'est pas réduite à l'adhésion à l'imaginaire cinématographique – tend à s'exprimer dans une démarche politique « locale » : c'est une défense d'un certain type de cinéma (en opposition au cinéma de l'Imaginaire, cinéma spectacle), et/ou une défense de certains lieux de projection – en ce qu'ils caractérisent le « certain cinéma » dont nous venons de parler – et/ou une agrégation de valeurs idéologiques (bio, altermondialisme, etc. – qui caractérise notamment le public Utopia).

C'est que le public est jugé comme hautement compétent ; il est juge et partie. Et les logiques d'offre ne visent pas nécessairement la logique de médiation culturelle comme support d'intuition de la sociabilité et de l'appartenance, mais la considère comme acquise, l'exploite dans un objectif de commerce ou de reproduction culturelle.

Comme nous l'avions indiqué rapidement dans l'analyse des quatre phases de valorisation des films, la dialectique valeur d'usage / valeur d'échange (/ valeur d'échange marchand), tend à engager un rapport adialectique au cinéma. C'est que le décalage du référentiel de valorisation, et de l'objet qui est valorisé, tend à occulter le travail concret de signification au profit d'un travail abstrait. Cependant, la logique de l'esthétique implique toujours un travail de la forme, de logique de circulation ; il convient de déterminer à quel point celle-ci tend à se référer au travail concret et à quel point elle l'occulte.

Ainsi, pour mémoire, il y a deux types de formalismes :

- - d'une part un formalisme lié à la valeur d'usage des signes, notamment l'activité poétique ;
- - d'autre part, un formalisme lié à la valeur d'échange des signes, qui confond la valeur d'usage formelle qui découle de fonctions sociales spécifiques des signes avec la valeur d'usage réelle et productive.

Autrement dit, il y a une logique où la circulation des signes doit expressément rendre compte de leur matérialité et une autre, qui exploite les logiques d'usages productives afin d'égrener un discours. Une approche réflexive et une approche formelle.

Ces deux types de formalismes se retrouvent au cinéma, où, d'une part, il y aurait une esthétique consacrant la valeur d'usage des signes et, d'autre part, il y aurait une esthétique *entertainment* et/ou discursive où la valeur d'échange confond la valeur d'usage formel (défini par l'appareil social, l'idéologie) et la valeur d'usage réelle. L'on a bien souvent pensé cette opposition dans l'opposition cinéma d'auteur (puis *art et essai*) et cinéma de divertissement, cinéma commercial. C'est cette fausse contradiction que l'on retrouve notamment dans l'espèce de sanctification de l'œuvre de Welles qui, (pourtant) à travers un classicisme, exprime un rêve de liberté artistique, d'autonomie d'un discours versus la logique marchande et symboliquement coercitive des studios. Il n'est pas lieu ici de juger l'œuvre de Welles – que par ailleurs nous apprécions - ; il est lieu ici de critiquer le formalisme du jugement valorisant à son égard. C'est que ce cinéaste est souvent sacralisé en tant que négation d'une négation (et non pas, positivement, pour la portée esthétique de son œuvre) ; il est la négation d'un ordre symbolique marchand qui apparaît, aux yeux des esthètes, comme la négation de l'ordre de l'art. Ainsi comprenons-nous assez logiquement la perte de « substance » de la « politique des auteurs » : est « auteur » le garant d'un Imaginaire spécifique (sous entendu versus la normalisation marchande).

Cela est lié, en France, à la tendance de la culture « art et essai » à ne reposer que sur une valeur d'échange, peut-être même depuis toujours. Au lieu de valoriser une certaine forme de réflexivité, d'expression du rapport symbolique, les modalités de qualification, et leurs effets de qualifications corrélatives sur les salles et leurs publics, tendent à une fausse valeur d'usage esthétique (qui découle d'un contexte particulier), qui n'est jamais rien d'autre qu'une valeur d'échange (déniée). L'on ne peut pas lutter contre ce principe, qui est logique ; cependant, l'on ne peut pas le concevoir comme seul garant d'une « vérité cinématographique ». Or, c'est précisément au nom de cette abstraction que l'on lutte contre le marché, que l'on défend un « cinéma du milieu » qui est pourtant un objet indéfini, que l'on défend les petites salles⁶⁴⁷ ...

⁶⁴⁷ Montebello a, à de nombreuses reprises, fait la critique de ces conflits abstraits – et notamment de la situation ironique où l'on défend les salles de centre-villes contre les multiplexes, alors qu'elles étaient elles-mêmes extrêmement critiquées lors de leur apparition. Cependant, nous ne rejoignons pas entièrement Montebello, ni les autres auteurs de « l'école de Metz » (Gimello-Mesplomb, Jullier, Leveratto), parce que, si ils critiquent à juste titre les mécaniques institutionnelles abstraites, ils tendent à les confronter à des usages qui ne sont pas moins conventionnels, moins arbitraires... Autrement dit, ils restent enferrés dans le rapport dialectique qu'ils sont censés critiquer.

iv. Les échanges inconscients : les diverses implications du spectateur

Chaque phase de symbolisation implique des rapports d'échange de plus en plus abstrait. Chaque phase de valorisation du film occulte ce qui est profondément engagé dans le procès de signification, ainsi que ce qui était auparavant encore manifeste.

Cela n'empêche pas qu'à chaque stade de valorisation, l'échange est défini symboliquement, objectivé par un imaginaire spécifique et assuré par le réel (de l'engagement). Ce qui caractérise l'inconscient de l'engagement est précisément le réel qui se trouve progressivement occulté ; et c'est le réel de l'engagement du spectateur que nous étudions ici, selon les différents stades de valorisation du film. Plus on tend vers un haut symbolisme et plus le réel de l'engagement profond est compensé de manière hautement symbolique (mais, donc, est refoulé) ; chaque compensation acquise à un stade devient le réel engagé comme moteur de valorisation au stade ultérieur.

Il faut comprendre qu'il y a toujours du réel, de l'imaginaire et du symbolique dans une relation symbolique ; de même, chaque stade symbolique condense les stades antérieurs. Nous ne faisons ici qu'un travail de décomposition logique des éléments, afin de cerner ce qui est nécessaire, mais parfois oublié.

L'implication fondamentale : la libido, énergie psychique

Ce qu'offre profondément un spectateur de cinéma, comme tout agent engagé dans un processus symbolique est une énergie : ici, l'énergie psychique. Le processus de sociabilité trouve son moteur dans l'aliénation nécessaire et spontanée des sujets de sociabilité. Si nous disions que, fondamentalement, le spectateur est « anarchiste », c'est que, précisément, l'arché est à définir, à expérimenter.

Inversement, nous rejoignons beaucoup plus le travail de Claude Forest, qui offre déjà une première intuition des problématiques dialectiques. Notamment dans son dernier ouvrage – *Quel film voir ?* (op.cit.) – où il déconstruit l'idéologie à l'œuvre dans le palmarès des plus beaux films de l'Histoire du cinéma selon *Les Cahiers du Cinéma*, mais aussi l'idéologie qui sous-tend nombre d'exploitations cinématographiques, nombre de critiques...

Il propose, comme Olivier Alexandre, une critique de la notion floue de « cinéma du milieu » : il s'agit plus d'un imaginaire professionnel exprimant l'idéologie de toute une partie de l'industrie, qu'un véritable concept, une véritable représentation des problématiques. Dès lors, c'est moins la pensée, la réflexion qui sont engagées que des limites morales qui sont posées.

L'énergie psychique trouve la positivité dans l'Imaginaire (c'est-à-dire une manifestation dans une capacité de créer des relations entre les images, notamment par isomorphisme⁶⁴⁸, mais également par connexion significatives⁶⁴⁹), mais également une négativité, ici dans la « tendance à briser les rapports ». Et, de fait, le plaisir du cinéma, comme espace autre, comme projection d'un monde fantomatique – que nous caractérisions comme la tendance « anarchique » du spectateur – est déjà caractérisé par la frontière, la rupture qu'il marque avec la temporalité usuelle. Le corps du spectateur est lui-même séparé de la logique phénoménologique et temporelle usuelle. Une temporalité spécifique est ouverte par l'Autre qu'est le film et est tournée vers l'Autre (à venir) qu'est la communauté des « spectators in fabula », mais aussi l'inconscient.

C'est à ce titre qu'Éthis a été très malin d'étudier l'intuition du temps chez les spectateurs de cinéma⁶⁵⁰ ; mais il l'a fait en sociologue et ne rend finalement compte que de l'articulation du temps social avec le temps de la fiction. Il pense alors la temporalité du cinéma comme une rencontre de deux temporalités imaginaires : celle du temps social et celle du film. Or, le plaisir provient de la grande puissance imaginaire du cinéma ; il y a une relation quasi magique au cinéma et, du reste, Cavell rappelle souvent le rôle « mythologique » que l'on confère à la caméra pour l'instauration de cet imaginaire.

C'est aussi – et principalement – le corps qui est engagé. Le corps est la matière même par laquelle l'énergie psychique s'aliène à un ordre ; de même, la production de sens, dans le film, provient du corps de l'image projeté.

Le retour de ces « refoulés » est caractérisé actuellement par le grand impact qu'a eu la 3D ; le plaisir contemporain généré par la tridimensionnalité provient de la possibilité d'être inscrit dans un univers visuel tout en conservant un minimum de repère par la représentation qui reste frontale. Ce n'est pourtant pas le premier essai d'un cinéma en relief. Nous émettons, à ce titre, l'hypothèse que les échecs antérieurs sont dûs à l'inutilité de cette technique, au vu des ordres symboliques d'alors. C'est parce que la question du corps a fini par être trop camouflé – et que la question de la valeur accordée à la signification d'un film s'est décalé du film à l'idéologie -, et que l'ordre symbolique postmoderne a ceci d'effrayant que, précisément, les sujets ne comprennent plus la source de l'ordre, ne se figurent plus le *Grand Autre*, que

⁶⁴⁸ C'est sur ce point très précis que la thèse de Gilbert Durand est extrêmement intéressante et pertinente. Durand G., *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, op.cit.

⁶⁴⁹ C'est là la limite de la thèse de Durand et la pertinence, *a contrario*, des théories psychanalytiques, principalement les théories freudiennes et lacaniennes.

⁶⁵⁰ Ethis E., *Les spectateurs du temps : pour une sociologie de la réception du cinéma*, Paris, L'Harmattan, 2006

l'Imaginaire reprend une réelle importance, et que les expérimentations phénoménologiques apparaissent comme une clef.

Un spinoziste pourrait d'ailleurs très bien caractériser ce don, et le contre don attendu, comme étant comparable au premier degré de connaissance de l'éthique : le spectateur fait l'intuition de son désir par la médiation des mécaniques d'affection. L'image est affection, le corps est affecté ; mais, pour que cela une consistance psychique vivable, il faut symboliser ces diverses affections. Ainsi, le film devient tolérable en ce qu'il tend à avoir une visibilité, une signification ; et l'expérience des affections n'est vivable qu'en ce qu'elles permettent une interprétation. C'est le détour des affections en signification qui donnent au désir la dimension d'un réel du symbolique⁶⁵¹.

Deuxième forme d'implication : la sociabilité et la conscience

C'est alors le désir qui devient investi par le spectateur ; le désir qui est offert au film, en ce qu'il est agencement des éléments signifiants. C'est d'ailleurs pourquoi Zizek nous dit que « *le cinéma est l'art le plus pervers. Il ne nous dit pas ce qu'il faut désirer ; il nous dit comment désirer* »⁶⁵². Le film reconnaît une identité au spectateur, en ce que ce dernier manifeste une capacité à reconnaître et à comprendre un ordre de signification, une structure symbolique, que le spectateur délègue. Nus comprenons qu'il y a toujours échange symbolique, mais qu'ici, l'implication du spectateur est exprimée de manière plus hautement symbolique. La subjectivation, l'affirmation de l'existence du sujet de sociabilité est manifestée en ce qu'elle reconnaît son hétéronomie (la trace est affirmée par l'hétéronomie du film, le sujet est affirmé par l'hétéronomie du symbolique). Le rapport symbolique et spirituel du sujet au monde est manifesté à travers son rapport au film et à la reconnaissance qu'il a de la manière dont les signifiants filmiques sont agencés pour constituer de la signification. Par cette délégation de désir et cette reconnaissance des mécaniques de circulation, où le spectateur s'inscrit dans une articulation avec le film parce qu'il lui reconnaît sa qualité d'expression esthétique sublimée du dséir (dont le sujet et le film sont porteurs) - ce qui correspondrait, pour un spinoziste, à l'équivalent du deuxième niveau de connaissance -, le

⁶⁵¹ Et si l'art contemporain rencontre des réactions si violentes, c'est parce que le public ne sait plus passer par la logique de reconnaissance du signifiant, du simple plaisir de l'Imaginaire et cherche désespérément un « concept », un discours, c'est-à-dire un signifié caché derrière la pure matérialité qui leur est proposée. L'expérience devient, à proprement parler traumatisante, ces spectateurs font l'épreuve d'une violence, puisque manifestement il n'y a pas de symbolique immédiatement identifiable.

⁶⁵² Zizek S., *Perver's guide to cinema*, op.cit.

spectateur fait preuve d'une compétence « médiumnique » (pour reprendre l'expression de Benjamin) et se voit conférer une identité. Le médium, pour mémoire, est moins un contenu qu'un contenant structurant ; le langage est un médium, les médias sont des médiums, et l'inconscient est un médium (objectivé par les catégorisations et nivellements de la conscience). La négociation entre le film et le spectateur est valorisée à travers la lisibilité, la signification. Et c'est en s'excluant de l'ordre du monde et de l'ordre du monde projeté dont on devient témoin que le sujet peut faire son « retour au monde » avec, en toute connaissance de cause, une intuition des logiques de *fétichisation*.

Troisième forme d'implication : l'acte de payer

Le spectateur délègue sa conscience, et, plus précisément, son identité et son *droit de regard*. Théoriquement, le spectateur lorsqu'il paie son billet pour un film – et non pas seulement pour une séance – il exprime, en quelque sorte, une loi d'élection : l'on signifie, par le déplacement et le paiement, que soient posés du côté du spectateur et du côté de l'auteur du film (qu'il soit l'auteur spéculatif du film, sa « voix » ou bien, plus concrètement le cinéaste), des identités reconnaissant leurs hétéronomies respectives. Une relation de « philia » où sont reconnus les finitudes radicales des deux parties ; finitudes compensées par la circulation de signification et d'argent.

Cette « philia », cet échange du *droit de regard* de la part d'un spectateur, qui reconnaît la problématique fondamentale que pose le cinéma, à savoir l'expression et l'impossibilité d'avoir un point de vue non subjectif, est peut-être la base même de la conception morale du cinéma que propose Cavell. Le film interprète un monde, interprète le monde et l'essentiel est que cette interprétation s'efface au profit de la puissance créatrice et métaphorique du spectateur.

Cependant, - et c'est pourquoi nous employions le mot « théoriquement » - avec l'échange monétaire, c'est le spectateur qui détient le pouvoir – par anticipation – et si la dépense peut être signe de délégation symbolique de pouvoir, elle peut aussi devenir manifestation formelle de la richesse du sujet. Autrement dit, il s'agirait moins d'un don, qu'une manière détournée de faire une affirmation de puissance. Et, du reste, l'on a déjà eu l'occasion de pointer que ce rapport symbolique a conduit à un glissement du référentiel de valorisation : ce n'est plus au nom de la relation symbolique entre le spectateur et le film que la valeur est constituée, mais au nom d'une transcendance – l'Art, la Culture... Et c'est l'intériorisation de ces « transcendants », de ces équivalences générales, qui constituent le

conatus du sujet – devenu fallacieusement « individu » - et donne son pouvoir sur le film. Là où la logique de médiation implique, certes l'intuition de ces ordres, mais à travers le point de vue, qui se révèle dans la séance et dans l'espace public ; non pas en préambule, mais en continuité de l'expérience esthétique.

Quatrième forme d'implication : le « temps de cerveau disponible »⁶⁵³ / visibilité du site et du film (nouveau registre de production).

Le spectateur délègue son *conatus* et son *point de vue*. Et nous voyons bien la différence entre l'approche formelle du *conatus* – comme pur signifiant de pouvoir, qui devient le signifié de l'expérience – et l'approche dirons-nous substantielle du *point de vue*, qui implique une réflexivité du sujet. C'est, par ailleurs, l'ambiguïté entre ces deux approches que l'on retrouve dans les glissements de valorisation que nous avons pointé dans l'économie des singularités de Karpik, et plus particulièrement au niveau des dispositifs dits « formels » (avec comme facteur renforçant, l'étendu du marché qui correspond, dans la perception du sujet, à l'étendu de la totalité).

C'est la capacité d'affirmation de soi que le sujet délègue à l'Imaginaire, au signifiant de sociabilité, qui se découvre derrière le signifié du film. Soit dans la plus pure passivité, et en ce cas l'on peut évoquer le temps de cerveau disponible, soit dans une aliénation reconnue et affirmée et en ce cas l'on parle d'action de visibilité – ce qui est le cas, notamment, des communautés de fans.

Cela n'empêche pas une posture réflexive. Mais, à l'image de Zizek, l'on voit bien une singulière incompréhension de la notion de « passivité » : plus on est « actifs » et plus on participe d'une logique idéologie ; inversement, plus on « joue » la passivité, et plus on est dans une forme de distanciation qui est, par définition, un jalon essentiel de la réflexivité, et qui mérite, dès lors, d'être objectivé. Du reste, c'est la logique de la fonction de médiateur culturel que de participer à la réhabilitation des différentes strates du procès de valorisation et de symbolisation, afin que le sujet puisse saisir l'idéologie de ses actions et de ses pensées et de les exploiter pleinement.

Ceci implique une relative perte de pouvoir que l'on délègue actuellement au sujet, c'est-à-dire un pouvoir d'affirmation de soi, un pouvoir de « lecteur ». Mais, entendons-nous bien, il s'agit moins d'une perte effective de pouvoir, qu'une importance décriée aux pouvoirs formels – adialectiques et finalement aliénants – qui lui sont concédés. Et c'est en insistant moins sur

⁶⁵³ pour une analyse critique de cette expression, cf Parie III, « i. La fonction de l'œuvre d'art dans le « partage du sensible » : l'investissement psychique et les contre-investissements formels », p.589

les valeurs formelles accordées au public, mais aussi aux films que l'on peut revenir aux sources de l'échange symbolique ; ce faisant, l'on revaloriserait les lieux de médiations, ici les salles de cinéma, ce qui permettrait un rapport de valorisation tripartite et égal, où chaque partie est à la fois moteur de valorisation d'une autre, mais aussi de contre-valorisation (en ce qu'elle ne serait plus occultée) lors de dérives spéculatives.

Tout au long de ce chapitre, nous avons vu les différentes formes d'appréciations de film, les différentes articulations film / spectateur à l'œuvre dans la médiation cinématographique. Si, historiquement, ces échanges symboliques ont été objectivés séparément, c'est leur compréhension et objectivation globale qui doit être à l'œuvre dans un travail de programmation et de discours autour de cette programmation. Ce n'est que dans la manifestation de son caractère *d'image fossile, de montage d'image-ruine, de fétiche* et de *rêve*, que le film apparaît comme *image dialectique* et permet de problématiser le rapport du spectateur avec l'idéal de soi.

Cela implique que, dans le discours d'accompagnement (c'est-à-dire dans les programmes, sites Internet, mais aussi dans les actions en salle, etc.) – mais également, nous allons le voir dans les prochaines pages, l'organisation du dispositif –, l'on objectivise les diverses implications du spectateur : son désir, son corps, sa sociabilité, sa conscience, l'acte réel/imaginaire/symbolique de paiement et sa participation au procès de signification collective.

Les enjeux d'une pareille esthétique pleine implique également la même attention pour les logiques de sociabilité à l'œuvre dans une séance. Ainsi, à la question de l'articulation film / spectateur s'adjoint nécessairement l'articulation spectateur / salle. C'est de celle-ci – et des formes d'appréciation, ainsi que les valeurs consubstantielles – que nous allons maintenant faire l'analyse.

D. L'articulation spectateur/collectif : le « site du dispositif »

Il convient d'avoir une réflexion sur les divers liens entre espaces publics et cinéma. L'esthétique du film, à sa manière, exprime une telle articulation : à travers le réel, le symbolique et l'imaginaire de l'échange signifiant entre le film et son spectateur, la manière

dont les deux sont engagés et positionnés dans l'échange symbolique, se trace en sibyllin cette articulation. Cependant, il n'y a pas de rapport immédiat au film. Le « dispositif de réception » est essentiel dans cet échange signifiant : il détermine les cadres pragmatiques de cet échange, cadres pragmatiques qui sont des objectivations de l'ordre symbolique et de l'articulation espace public / cinéma. Ce dispositif comprend à la fois le dispositif de projection et l'espace de l'expérience.

i. Valeur d'usage / valeur d'échange

D'un simple lieu de projection au multiplexe, magnifiant à sa manière l'imaginaire cinématographique, c'est la valeur du lieu qui diffère et qui engage d'une certaine manière le spectateur dans l'échange symbolique. Ainsi, les changements de logique de mise en scène du spectacle cinématographique sont toujours caractérisés par une dimension hétérotopique ; mais la « promesse » n'est pas la même. La « promesse » de l'échange n'est pas la même, ni la « promesse de l'entreprise ». La dimension hétérotopique du lieu de projection est précisément la valeur d'usage, l'utilité de la salle.

Cependant, nous avons saisi, notamment par le biais de l'analyse de Karpik, la complexité de la chaîne de valorisation d'un film dont participe la salle. La salle est valorisée par les films qu'elle diffuse et la salle valorise les films qu'elle diffuse⁶⁵⁴. Mais l'on tend à croire que la valorisation de la salle n'est que le fruit de la relation dialectique salle / film – c'est-à-dire inscrite dans une simple logique de programmation. Il n'en est rien – et les multiplexes, à leur manière, l'ont montré. C'est qu'une expérience cinématographique est composée, au moins, d'un film, dans un cadre, devant un spectateur ; c'est une dialectique à trois termes, et la salle, elle aussi, objective une articulation avec l'espace public. C'est ainsi qu'elle prend une valeur dans la perception du spectateur – et qu'elle modifie sa perception sur le film. La salle participe de la circulation ; elle a une valeur d'échange.

Le problème que nous avons pointé dans le positionnement stratégique des salles est le fruit d'une rationalité des exploitants qui privilégie particulièrement la valeur d'échange (parfois au détriment radical de la valeur d'usage). L'on tend même vers une approche particulièrement formelle de la valeur d'échange : les multiplexes exploitent de manière

⁶⁵⁴ cf partie II « B. Construction du champ de l'exploitation : émergence d'une fonction et de stratégies relatives à l'espace public cinématographique », p.378 ; cf Partie III « ii. Requalification des exploitations : Factor / mercator dans la médiation singulier / collectif », p.642

formelle les logiques de valorisation – mise en exergue de l’imaginaire, moteur du régime *Méga* qui, par définition n’a pas de critères explicites -, les salles *art et essai* ne sont qualifiées qu’en fonction de la programmation... Et la difficulté de développer un dispositif de pédagogie du cinéma, pour le jeune public, est caractéristique de la manière très formelle dont le champ cinématographique conçoit actuellement la médiation. Autrement dit, les logiques de relation sont réifiées dans les valeurs accordées (en compensation) à chaque partie, au lieu d’être manifestées comme éléments de l’échange symbolique (qui dépasse la problématique aliénation / compensation).

ii. Les quatre phases de l’appréciation telles qu’engagées par le dispositif

Phase 1 : Le dispositif et le lieu « contingent »

Ce qui caractérise avant tout le dispositif cinématographique est le double mécanisme de filmage et de projection. C’est-à-dire l’appareillage qui permet, dans un premier temps, de décomposer le mouvement, à travers un ensemble de photogrammes, et à travers leur projection la reconstitution du mouvement, aidé par la persistance rétinienne. Très concrètement, le cinéma est en cela un art de l’illusion optique. Mais cela ne suffit pas à en faire un art, et peut-être même pas quelque chose d’autre qu’une simple curiosité. Du reste, le légendaire refus du père et des frères Lumière de commercialiser ce dispositif parce qu’il n’avait, à ses yeux, aucun avenir s’inscrit totalement dans cette logique. C’est que l’on faisait ici l’impasse sur la question du symbolique : il ne voyait qu’une technique qui permet de créer de l’image, mais il ne voyait pas la portée critique, langagière et symbolique de ces images.

Du reste, le cinématographe n’avait pas encore réellement une place singulière et la mise en scène du spectacle cinématographique s’intégrait encore dans une perspective plus large : c’était l’époque de l’exploitation itinérante (dès 1897) et des projections dans les cafés-concerts. Ce que les historiens du cinéma appellent, par ailleurs, le cinéma des attractions. Le cadre des projections est alors particulièrement désagréable, confiné et dangereux. D’une part, à cause du dispositif et des bobines qui sont hautement inflammables : le grand incendie, en 1897, du Bazar de la Charité qui a tué un grand nombre de personnes, dont des notables, relie déjà les séances de cinéma au danger. D’autre part, les séances elles-mêmes, dans les exploitations foraines étaient parfois lieux de violences, de vols...

Du reste, l'on voit bien que dans l'imaginaire des détracteurs – dont fait partie Duhamel –, lorsqu'ils critiquent les séances de cinématographe, il y a des perspectives et des constats analogues à ceux de Bentham dont parle Foucault dans *Surveiller et punir*⁶⁵⁵. En effet, Bentham voyait que la *masse* carcérale étant traitée comme masse et dans l'ombre, l'espace de non droit, de non reconnaissance impliquait alors des complots, des violences – des « tactiques » - qui ne faisaient qu'engendrer la violence ; la violence est ce qui est hors du symbolique, et, puisque ces individus sont posés hors des liens symboliques, leur désubjectivation ne peut qu'engendrer l'ombre. Le cinématographe est une projection d'images animées, faite devant une *masse* ; trop déterminé par un « effet de réel » que la simple projection d'images animées ne peut pas sublimer.

Il n'en demeure pas moins que ce dispositif anime la curiosité et permette déjà une relation symbolique. La technique permet déjà un degré zéro de valorisation et de spéculation. Même dans l'ombre la plus totale, dans un voile sur le symbolique, la projection met au monde le monde lui-même. Les exploitants ont d'ailleurs promu cela, notamment en insistant sur le « jamais vu » et insistant lourdement sur ce que l'on appelle « l'effet-train », (l'angoisse suscitée par les images d'arrivée de train en gare) : par exemple,

« Pastor s'arrangeait pour qu'il y ait une ambulance devant l'entrée, prête à conduire en urgence à l'hôpital les clients surmenés – ce qui s'est avéré être la meilleure publicité possible pour le film »⁶⁵⁶.

C'est pourquoi Cavell insiste sur la double absence constitutive du dispositif cinématographique : je vois des choses qui ne sont pas présentes ; je ne suis pas présent aux choses que je vois. Il y a un hors-jeu objectif et subjectif, une double dissimulation qui fait écran au monde ; dissimulation qui ne prend sens que parce qu'elle est soutenue par le regard du spectateur, animée par l'effet du désir⁶⁵⁷.

C'est ce désir, cette « chose » qui supporte la logique du dispositif qui est l'objet à traiter, à valoriser, l'objet qui peut unifier la « réception », canaliser les énergies de la salle. Et c'est à travers l'objectivation de ce « désir », que la logique symbolique du cinéma s'objective et que sa reconnaissance est entamée.

⁶⁵⁵ Foucault M. *Surveiller et punir, naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1975

⁶⁵⁶ Albert E. Smith, cité dans Bottomore S., « Le public qui panique : le cinéma et l'effet-train de 1895 », in. Dujardin P., Gardies A., Gerstenkorn J. et Seguin J-C. (dir.) *L'aventure du Cinématographe, Actes du Congrès mondial Lumière*, Aléas, Lyon, 1999, p.234

⁶⁵⁷ Mattéi J-F., « L'image du monde chez Cavell ou *Celle qui n'était plus* », in. Laugier S. & Cerisuelo M. (dir.), *Stanley Cavell, Cinéma et philosophie*, op.cit.

Il faut le traiter à la fois sur le versant objectif et sur le versant subjectif : respectivement à travers l'imaginaire cinématographique véhiculé par la salle et sur le discours qu'on peut apposer sur le film. Autrement dit, dans la médiation elle-même, il faut faire un travail de décomposition et de recomposition (ici, de la logique symbolique et imaginaire).

En ce sens, nous rejoignons l'approche de Tore selon qui

« le spectacle est surtout un contrôle en acte de ce qui est performé ou communiqué. Spectaculariser, c'est gérer un événement ; c'est scénariser un fait, le pondérer et le faire défiler sous contrôle, bref le rendre et le traiter comme, justement, un événement »⁶⁵⁸.

Phase 2 : Le lieu de vie

Le cinéma devient alors lieu de vie. Lieu de désir et de sociabilité. Mais il ne le devient pas d'un jour à l'autre. Il y a eu des tentatives, des bifurcations, des essais plus ou moins concluants pour aboutir à cette unité. Encore fallait-il que le cinématographe, lui-même, comporte un intérêt suffisant pour qu'on le consacre.

Si la qualité du spectacle cinématographique était critiquée à partir de critères artistiques dix-neuvième, c'est qu'il était inscrit dans un spectacle qui consacrait, à sa manière, la sociabilité : les cafés-concerts. Cependant, il n'entrait pas pleinement dans cette logique de spectacle. Et, du reste, ce que l'on pose comme hypothèse, c'est que le cinéma n'a pu advenir que par l'échec dans les cafés concerts et, inversement, sa valorisation procède par les représentations engagés du côté du boniment. C'est pourquoi, aujourd'hui, nous sommes particulièrement critiques contre quelques « dérives » liées au numérique, notamment les opéras filmés : le cinéma fait aux autres formes d'expression la violence qu'il a lui-même subi et qui aurait pu l'empêcher d'advenir.

Nous évoquons une dimension objective et une dimension subjective, décomposées et recomposées dans la médiation. En d'autres termes, il s'agit de rendre compte des critères d'observation double, intensifiée et réfléchie qui construisent la *spectacularité* d'une situation : l'observation interne, qui est la « bonne tenue » de la situation comme spectacle, et l'observation externe, qui est le regard et le jugement du spectateur ; le spectacle « *est quelque chose qu'on a pu, à la fois, faire surgir (observation interne) et voir surgir (observation externe)* »⁶⁵⁹.

⁶⁵⁸ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, op.cit., p.12

⁶⁵⁹ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, p.11

Le bonimenteur, par sa performance et par le discours qu'il apposait sur le film, prenait en charge ces deux dimensions. En effet, l'animation de son discours se cadencait au rythme des images et apportait dès lors une rythmique différente des langages vernaculaires. Une partie du spectacle était précisément ces mouvements de signes, du visuel à l'oral (et réciproque), agencés et cadencés par le rythme visuel. De même, l'exploitation de la musique s'inscrivait dans cette logique : il s'agissait de souligner les images, d'agrémenter les puissances affectuelles ; pour ce faire, l'on exploitait, certes, des thèmes musicaux relativement convenus, mais il s'agissait de les inscrire dans une rythmique tout à fait particulière et nouvelle. L'échec ou la réussite du boniment consistait dans la capacité du bonimenteur à relier le film au public : relier les thèmes et attentes, relier les langages, relier les rythmes. Du reste, le public était moins fidèle au cinématographe qu'au bonimenteur. Cela signifie que la qualité de l'expérience était contingentée par la salle (c'est-à-dire relative à la salle et à sa sociabilité) – où le public était encore massifié – et par la capacité du bonimenteur à prendre en charge l'animation. Ce dernier apparaît alors comme une sorte de « détour » de production signifiante, comme support d'échange. Le problème est que ce « support » d'échange ne permet qu'un rapport spéculaire simple et une détermination particulière : il y a une ambivalence dans sa médiation parce que, d'un bonimenteur à l'autre, les thématiques changent, les animations aussi...ainsi que les films, puisque les bandes de ceux-ci étaient manipulés par l'exploitant (à cela, il faut aussi ajouter le mélange, dans le discours du boniment, entre interprétation et promotion). Le « sujet » du spectacle était le bonimenteur : le film tendait à être réifié dans la performance du boniment. Il y avait alors un nombre indéfini d'équivalence possible, ce qui rendait le spectacle cinématographique relativement insaisissable, impossible à circonscrire. Du reste, les rapports économiques, entre les exploitants et le reste de l'industrie l'étaient tout autant : opacité des recettes, opacité dans la manipulation des bandes...

Le bonimenteur prenait donc en charge la question de la spectacularisation et démontrait par là la puissance spectaculaire du spectacle cinématographique. En effet, les stratégies discursives du boniment s'inscrivent dans les bases mêmes de toute logique de spectacularisation :

« Spectaculariser, c'est gérer un événement (...). En sémiolinguistique, il y a une notion qui rend compte de cela : l'aspectualisation. L'aspectualisation désigne tout ce qui exprime un procès, quelque chose qui a une occurrence et donc un tempo, un début (inchoativité) et une fin (terminativité), une

ponctualité ou une durativité, etc. On peut donc soutenir que gérer un événement, c'est l'aspectualiser, et, par là, le spectaculariser»⁶⁶⁰.

Les jeux de conjugaison, les jeux de langage (notamment vernaculaires) sont des moyens d'inscrire la relation entre le film et le spectateur ; ce sont des travaux sur « l'observation externe », afin de s'immerger dans le film. Cependant, nous comprenons bien qu'il y a glissement : que l'observation interne ne comprend pas seulement le film, mais aussi la performance du boniment. De même, l'importance du public consiste en ce qu'elle n'est pas simplement évaluative et silencieuse, mais exprime activement son adhésion (ou non) et à la spectacularisation de la situation.

Il fallait donc éclaircir les rapports économiques et marchands, ce qui impliquait l'apposition d'un dénominateur commun, qui permette d'évaluer les différentes activités liées au cinéma. De même, la spectacularisation implique beaucoup d'aléas, beaucoup de contingences qui se révèlent problématiques.

Phase 3 : Le spectaculaire

Si les bonimenteurs nous apparaissent être un jalon important dans le processus de valorisation du spectacle cinématographique, il est évident que l'imposition de la location des bandes (avec l'interdit corrélatif de les manipuler) y a aussi contribué.

C'est que l'interdit de manipuler les bandes implique l'interdit d'une logique d'échange immédiate, afin de consacrer l'échange par l'intermédiaire d'un équivalent : le film. Autrement dit, l'on confère une signification au film. L'on tend alors à « externaliser » les éléments. Le film commence à être appareillé de telle sorte qu'il soit compréhensible.

L'on voit, par ailleurs, se développer de véritables séances, de véritables programmes qui manifestent toute la puissance expressive du cinéma : grand film, courts-métrages de divertissement, actualités... Au niveau économique, comme au niveau du procès de signification, le bonimenteur n'est plus utile ; sa fonction discursive est prise en charge par la programmation et par le film.

Si l'on voit, à partir de la logique de location, la disparition définitive des bonimenteurs, c'est aussi parce que la salle prend en charge l'imaginaire cinématographique. Et elle prend en charge cet imaginaire selon les contingences de son public. Ainsi, voit-on encore des arrières-boutiques qui servent de lieux de projection pour un public très modeste,

⁶⁶⁰ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, p.13

mais voyons-nous aussi des salles fixes et, notamment des ciné-palaces. La salle, dans son architecture, appelle au rêve.

L'on voit également émerger des ciné-clubs, des réseaux de salles communistes et des réseaux de salles animées par le clergé. La salle, et le discours qu'elle véhicule, prend en charge la valeur de l'expérience et caractérise son public. Mais, que l'on soit dans ces salles particulières, ou dans les salles plus orientées sur le divertissement, la logique de caractérisation du public reste profondément la même : c'est moins en rapport avec une conception locale, qu'en rapport avec des problématiques sociales et culturelles plus générales que le spectacle cinématographique prend de la valeur et du sens. C'est la manière dont on crée du sens et de la valeur au caractère spectaculaire du cinéma auxquels le discours et l'imaginaire de la salle se consacrent; ce sont des éléments de surplus au spectacle cinématographique. Des années 1920 aux années 1990, il y a eu diverses propositions, diverses conceptions, diverses valorisations de ce « surplus ».

Ces diverses conceptions apparaissent comme diverses rationalisations du spectacle cinématographique, diverses logiques de médiation ; cependant, la logique fondamentale reste la même. Le principe consiste à compenser l'asymétrie propre à la performance du boniment. « *Un spectacle existe pour être évalué. C'est là son sens forcément réflexif* »⁶⁶¹. Valoriser le film, c'est rendre compte de critères extérieurs qui permettent d'évaluer la réflexivité interne ; il fallait également donner des critères extérieurs permettant d'évaluer la réflexivité externe. Compenser cette asymétrie – c'est-à-dire, finalement, objectiver l'espace critique entre le public et le film, objectiver l'espace d'appréciation - impliquait alors de dépasser la problématique imaginaire de la « *masse* » qui donnait encore une mauvaise réputation au spectacle cinématographique ; il fallait subjectiver le spectateur comme juge et partie du spectacle. En deçà et au-delà de cette problématique imaginaire, c'est tout le travail du symbolique qui prend également une autre forme. Ainsi, quoi qu'en ont dit les théories des *mass media* et les théories critiques, le problème imaginaire de la « *masse* » s'est transposé de la salle à une thématique au sein du film (autrement dit, cette problématique a été otament prise en charge dans des films). L'imaginaire cinématographique – et la subjectivation des spectateurs – est beaucoup plus ancré dans une perspective de distinction – mieux : d'exemplarité.

⁶⁶¹ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, p.13

C'est la création du caractère exceptionnel du spectacle qui le valorise. C'est l'extériorisation du superflu qui le rend spectaculaire. Et les différentes propositions de mise en scène du spectacle cinématographique ont opéré un travail sur le versant objectif et sur le versant subjectif, d'une part en rendant compte du spectaculaire dans le film, et, d'autre part, en insistant sur le caractère spectaculaire de l'imaginaire cinématographique.

Commençons par le spectaculaire dans le film, où l'on voit, à travers le glissement du spectaculaire de *masse* à l'image du héros puis à l'héroïsation de l'auteur, la manière dont les films prennent en charge la problématique de la *masse*.

Le film devient un référentiel, parce qu'il prouve sa capacité à prendre en charge la « masse ». Cela passe notamment dans les expérimentations d'Eisenstein, de Fritz Lang et se perpétue encore aujourd'hui, notamment dans les scènes grandiloquentes de batailles.

La question du *montage attraction* est une manière de comprendre le glissement du spectaculaire théâtral classique au spectaculaire cinématographique, qui relie à lui aussi les *zrelisce* – « spectacle spectaculaire » utilisé pour les fêtes et spectacles de masse⁶⁶². La démarche d'Eisenstein est, certes, inscrite et établie dans des logiques culturelles très spécifiques, et non universelles, mais dont on peut trouver un parallèle dans le « théâtre des cruautés » d'Antonin Artaud. C'est que le cinéma arrive techniquement à faire ce que le théâtre n'a jamais pu réussir ; et, au-delà de la réussite technique, c'est le glissement du matériau à exploiter qui devient intéressant.

« L'attraction, originellement, c'est l'attraction de music-hall, un moment fort de spectacle (...) faisant appel à des techniques de représentation qui ne sont pas celles de l'illusion dramatique, (mais) à des formes de spectacle plus agressives (cirque, music hall, baraque foraine...) »⁶⁶³.

L'objectif du *montage attraction* consiste à prendre en charge visuellement la *masse*, pour la restituer de manière imaginaire et symbolique à la *masse* (du public). C'est sur ce point que l'on comprend un peu mieux les craintes de Benjamin : il ne suffit pas de prendre en charge imaginairement la « masse » pour que la masse du public ne soit plus masse ; au contraire même, le principe des propagandes fascistes à donner une forte importance à l'imaginaire de masse afin de maintenir le public comme masse. Inversement, la politisation de l'esthétique – sur ce thème – consiste, notamment chez Eisenstein, à ne pas simplement léguer un imaginaire de masse, mais également à le contextualiser. Ainsi, par exemple :

⁶⁶² Picon-Vallin B., « Le spectaculaire de masse : du théâtre au cinéma (Eisenstein dans le contexte théâtral classique) », in Hamon-Sirejols C. et Gardies A. (dir.), *Le spectaculaire*, Cahiers du GRITEC, Aléas, Lyon, 1997

⁶⁶³ Aumont J., *Montage Eisenstein*, Albatros, Paris, 1979, p.57

« Octobre orchestre donc le mythe fondateur et spectaculaire de la prise du palais d'Hiver par le peuple. Mais, au lieu de terminer comme les *inscenirovki*, sur une apothéose finale, multipliant les facteurs grandioses d'émotion fusionnelle – feu d'artifice, pluie d'étoiles rouges, parade aux flambeaux et Internationale reprise par tous, comme dans *La prise du Palais d'Hiver* -, Eisenstein achève son « ciné-poing » par un retour au quotidien : les décrets de Lénine sur la paix et sur la terre, leur vote à la première séance du Congrès des Soviétiques. Si en 1920 le spectacle de masse cherchait à forger un mode festif la mémoire des habitants de la ville, en 1927 le film *la fixe*, pour eux, pour la population de l'URSS et pour le monde, tout en l'inscrivant dans un avenir à gérer »⁶⁶⁴.

La question de la *masse* est ici explicitement traitée. En outre, nous voyons qu'elle vise à restituer, à la « *masse* » du public, sa singularité. La logique de montage se retrouve dans la représentation dialectique de la *masse*, lui conférant ainsi des problématiques symboliques. Mais, elle l'est évidemment dans un registre socioculturel extrêmement précis et qui n'est pas communément partagé (c'est-à-dire qu'elle n'est pas universelle). Cependant, cela ne signifie absolument pas que la logique ne soit pas visible par ailleurs. L'on comprend que l'effet spectaculaire devient un simple indice de quelque chose d'autre. Et, ce qui distingue les salles, et leurs spéculations sur la médiation cinématographique, est l'image qu'elles apposent sur cet « autre ».

En quelque sorte, la visée esthétique des premières décennies du cinéma vise à comprendre et à renforcer la singularisation des objets représentés au cinéma. Et même les grandes dystopies, comme *Métropolis* de Fritz Lang (1927), ne font pas l'impasse sur la singularisation : il y a, en effet, dans ce film, à la fois uniformisation de la *masse* prolétaire et uniformisation de la bourgeoisie ; mais, toute la logique du rapport amoureux entre les deux protagonistes (qui appartiennent chacun d'une de ces catégories sociales et symboliques) consiste à surpasser ce rapport dialectique, à travers la recherche des conditions de possibilité de l'union le plus singulier, à savoir l'union amoureuse.

L'on retrouve un exemple logiquement similaire, mais culturellement différent, dans les analyses que porte Cavell sur les *stars*, sur le cinéma et, plus précisément sur les thématiques du remariage. Les thématiques du couple, les jeux de dialogue, dans le cinéma hollywoodien, exploitent de manière critique la spectacularisation : il s'agit d'interroger l'évidence en y inscrivant des moments d'hésitations ; et, selon Tore, plus l'hésitation est forte, plus la réussite du spectacle est prononcée. C'est que, en deçà et au-delà des logiques formelles des comédies, les dialogues et les répliques créent des hésitations, des instants d'incertitudes, où les personnages ne sont pas confinés à leur registre présumé. Le problème du personnage est

⁶⁶⁴ Picon-Vallin B., op.cit., p.72

le même que celui du spectateur : celui d'être reconnu, dans sa singularité ; les jeux de conversation, au sein du film, sont structurellement comparables aux jeux du spectateur avec le film, à savoir des dispositions à reconnaître l'altérité⁶⁶⁵. Au final, les comédies de remariage (et leur envers : les mélodrames de la femme inconnue) ne sont qu'une formule imaginaire particulière de la problématique de la reconnaissance, ici objectivée dans le questionnement de la validité du mariage.

Tout cela montre à quel point le cinéma, dans son ensemble, prend en considération, ne serait-ce qu'au sein des films, de la singularité du spectateur dans la *masse*. La *masse* n'est qu'une forme d'identification symbolique, qui trouve sa logique dans un « partage du sensible » donné, dont le cinéma, dans ses films comme à travers ses dispositifs, fait la critique. Le spectacle, au niveau filmique, consiste d'ailleurs, nous dit Cavell, à magnifier ou à occulter la signification et l'importance d'un moment, d'une scène, d'une réplique.

C'est dire si les thématiques cinématographiques tendent à dépasser la question de la *masse* et se porter sur les conditions de possibilité de singularités. Ce sont les solutions imaginaires pour ces singularités que les salles vont notamment reprendre en charge pour constituer une objectivation de la valeur du spectacle. Cette valorisation passe d'abord par les images singulières : images de films et, plus encore, images de stars.

La salle doit objectiver la puissance imaginaire du cinéma, mais également veiller à donner une dimension critique à la relation symbolique. En rendre compte avec des images de film, c'est déjà accorder une puissance à l'énonciation du film. Mais, les images ne sont pas neutres : ce sont généralement des instants choisis, des instants caractéristiques. Autrement dit, les salles emploient précisément des images qui rendent compte de la « règle du jeu cinématographique », à savoir la saisie des moments importants.

La cristallisation des moments importants en une image a très tôt été employé à travers l'image des stars. C'est qu'il faut comprendre la fonction de la star dans le procès de signification d'un film. La star est un équivalent que l'on fixe dans une logique de spéculation autour des problématiques de singularités et de reconnaissance : le cinéma est reconnu à partir du moment où il traite des problématiques de singularité, qu'il crée lui-même des singularités et que son public ne soit plus une simple masse, mais un ensemble de spectateurs avec des règles singulières. La star de cinéma est une singularité créée par et pour le cinéma.

Ce qu'a très bien compris Cavell, et non pas Bazin, qu'il critique à juste titre, c'est que le cinéma ne prend pas sa force expressive dans sa capacité à spectaculariser un événement qui

⁶⁶⁵ Cavell S., *À la poursuite du Bonheur...*, op.cit.

se passe hors de lui, mais à créer lui-même un spectacle (autrement dit, Bazin reste encore plus ou moins dans une logique cinématographique) : le cinéma ne couvre pas un événement, il est événement. Ainsi, le cinéma n'est pas un simple moyen de reproduction qui nous met en présence (médiatée) de l'acteur ; le cinéma propose des situations et des figures. Au théâtre, l'on est comédien ; au cinéma acteur. Le comédien endosse des rôles et pourrait être remplaçable ; l'acteur est une figure, un rôle, une « manière d'être » dirait un spinoziste, dont on voit une objectivation, une expérimentation dans un film. C'est pourquoi, Cavell nous dit, que

« essentiellement, l'interprète à l'écran n'est pas du tout un acteur : il est le sujet d'étude et c'est une étude qui n'est pas la sienne. (C'est cela qu'est le contenu d'une photographie – c'est son sujet). Sur un écran, l'étude est projetée ; sur la scène, l'acteur est le projecteur »⁶⁶⁶.

Ce qui distingue un acteur d'une star, c'est que la star est un agrégat clairement identifiable, une « manière d'être » suffisamment éprouvée et reconnue, pour qu'elle ait un sens pour le public ; c'est également une « manière d'être » qui propose suffisamment de problématiques pour qu'on lui propose un grand nombre de films.

Ainsi, les figures de stars, comme outils des salles pour caractériser l'imaginaire cinématographique rend compte à la fois de la puissance imaginaire du cinéma, de sa capacité à traiter de problématiques auxquels les spectateurs peuvent s'identifier (voire montrer des sujets « désirables ») et rendre compte de la reconnaissance du principe de singularité.

Plus la « masse » apparaît prise en charge par les dispositifs filmiques et cinématographiques et plus l'on prend conscience de la puissance de l'énonciateur cinématographique. En effet, le principe même du spectaculaire – qui n'est rien d'autre qu'une réduction du sublime – est un effet sur le spectateur, effet de surprise, d'étonnement, d'impossibilité de tout intégrer comme donnée immédiate. Plus un élément apparaît comme spectaculaire, c'est-à-dire hors du calcul du spectateur, et plus on est forcé de reconnaître une puissance de l'énonciateur. La caractérisation de cet énonciateur peut prendre diverses formes : cela peut être puissance du personnage et du comédien, à inscrire une singularité dans la « masse », puissance de l'auteur comme supra-énonciateur, mais cela peut être également la puissance énonciative du dispositif lui-même.

On passe d'une logique de « masse » à une logique *d'anonymat* ; mais *d'anonymat* revendiqué, accepté et exploité par le spectateur. C'est cela même qui constitue le caractère

⁶⁶⁶ Cavell s., *La projection du monde...*, op.cit., p.57

« anarchique » des séances de cinéma dont parlait Cavell : non pas une sorte de pandémonium, mais, bien au contraire, l'intégration des règles et les spéculations sur l'essence même des règles, leur logique pragmatique, et des fondements de la sociabilité de la part des spectateurs. L'anonymat est moins une désobjectivation que la condition de possibilité d'une posture spéculative, d'où l'on peut juger l'observation « interne » du spectacle filmique (si cela « tient » ou pas) et, en même temps, participer l'observation « externe », participer de la spectacularisation. Il y a à la fois jugement et observation sur l'exemplarité proposée, et participation du procès de reconnaissance de cette exemplarité.

Tout un pendant de l'esthétique du film a consisté alors à travailler sur les conditions du spectaculaire filmique. Les approches les plus réflexives sont celles du cinéma du réel, la nouvelle vague, le cinéma de Rossellini et de leurs héritiers – d'Antonioni à Kiarostami, en passant par Wenders. Ces différents auteurs ont travaillé sur « l'observation interne » et notamment sur la variabilité et les limites des trois aspects fondamentaux du spectacle : la frontalité, l'initiative et le risque. Cependant, ils ne l'ont pas travaillé sur l'ensemble du spectacle – c'est-à-dire qu'ils n'ont pas problématisé le dispositif de projection – et s'assuraient ainsi encore d'une relative « tenue » du spectacle. Dès lors, il faut transférer les notions vers des conceptions plus « filmiques ».

La question de la frontalité est alors traitée dans le rôle que l'on accorde à la caméra et au montage, notamment dans la question du champ et du hors-champ. C'est encore le cinéaste et le film qui ont l'initiative du discours, mais l'assurance du « rôle mythologique de la caméra » est amoindrie : le regard est subjectivé, contingenté, limité. À l'image d'une expérience plus quotidienne, la perception cinématographique peut elle aussi être perturbée par des aléas : d'où, par exemple, des dialogues inaudibles à cause d'éléments extérieurs (chez Godard) voire à cause l'accent d'un personnage (chez Carax)... Ces auteurs jouent alors sur la potentielle réversibilité du spectacle en ceci que le spectateur est appelé à combler les vides.

L'on rejoint alors la question de l'initiative. Le spectateur est pleinement « acteur » du sens que son regard va donner au film – une fois encore, il n'est pas acteur de tout le spectacle, puisque les conditions de projection, quant à elles, ne changent pas. Et cette invite est manifestée par diverses stratégies dans les films : chez Antonioni, par exemple, dans l'illustration de l'incapacité des dispositifs de prises de vue de rendre compte de l'ensemble d'un événement – le photographe de *Blow up* (Antonioni, 1966) ne sait rien à la fin du film -, et, plus « spectaculaire » encore, les regards caméras qui inscrivent les spectateurs dans l'espace du film, soit par interpellation immédiate, comme dans *À bout de souffle* (1960), soit

en créant un écrasement de la temporalité, comme dans *Edvard Munch* (Peter Watkins, 1976) que l'on regarde comme un reportage...

Le cinéma dans la rue, l'inscription d'acteurs amateurs dans des films sont des prises de risque qui peuvent porter atteinte à la « tenue » du film ; de même, les jeux de montage, l'apposition de commentaires textuels dans les films... Ces auteurs ont activement fait la critique du dispositif filmique, ont joué sur la variabilité du spectacle filmique, sans pour autant totalement rejeter le caractère fictionnel. C'est cela qui est intéressant : la recherche des limites des variables.

Le problème de nombre de théories du cinéma consiste à ne s'être consacré qu'à cette partie du spectacle cinématographique. À considérer la puissance rhétorique du film et des « auteurs » sans prendre en considération les conditions de projection. Or, pareilles spéculations sur la logique filmique implique une normalisation et une compréhension de la projection ; et cette compréhension de la projection est caractérisée également par les « jeux », les variations qu'on avait essayé sur elle.

Il est vrai qu'il s'agit d'un passage de valorisation. Du personnage, l'exemplarité a glissé vers la star, le type ; de même, la puissance énonciative a glissé aussi vers l'auteur. Aussi, voyons-nous encore aujourd'hui des mises en scène du spectacle cinématographique, des valorisations par le lieux, à travers l'image de stars, mais aussi l'image de cinéastes reconnus. Du reste, les actuelles spéculations et dérives autour de la notion de « politique des auteurs » n'est pas éloignée de la proposition cavellienne de définition de « star » : l'auteur apparaît comme un type de discours, un type de force expressive et d'imaginaire spécifiques. L'on performe le caractère exemplaire des performances à venir. Et c'est pourquoi l'on tend souvent à limiter la fonction d'exploitant à celle de programmeur.

La dimension spectaculaire ne se limite pas à la manière dont le film traite de la *masse* et de l'exemplarité. La dimension spectaculaire – à travers laquelle le dispositif a une incidence visuelle importante – est la dimension spectaculaire du film. Si les films traitent de problématiques de singularité, la manière dont on dispose le film et le spectateur participe de l'interprétation de ces problématiques. Cette manifestation s'établit d'abord sur une valorisation de la disponibilité vers une logique de déversement d'images, voire de toute puissance de l'énonciation.

C'est qu'il y a un certain nombre d'éléments qui n'entrent pas directement dans le spectacle et qui, pourtant, tendent à le renforcer. C'est le principe même du couple notion

spectacle / partie, que Tore reprend de Goffman : au cinéma, l'on n'assiste à des choses qui ne rentrent pas dans le film (qui n'est que « partie » cinématographique). Il y a une rhétorique et des moments de spectacle qui sont exclus de la partie.

« Dans ces moments, le « rôle » reste, et même s'affirme : le sportif devient même un héros, l'acteur ou le musicien sont acclamés, le public de théâtre joue, dans l'entracte, au public de théâtre. (...) Ce qu'il faut voir est que, si le « personnage » disparaît, le « rôle » (spectaculaire) s'affirme, et donc en aucun cas on n'est face aux « individus » (à savoir des particuliers, hors situation d'observation). La preuve : les moments hors parties, où le « personnage » disparaît, sont des plus réglés. (...) Il s'ensuit que c'est ici qu'on touche aux limites de la rhétorique du spectaculaire : on peut mettre en variation même les bords de la partie, mais jamais les bords du spectacle »⁶⁶⁷.

Ainsi, les salles et les dispositifs de projection peuvent exploiter quelques variables, imaginaires et symboliques, qui contribuent à renforcer la valeur de l'expérience.

La pénombre, le silence demandé, etc., sont des rituels qui n'avaient pas lieu aux origines du cinéma – et qui, du reste, ne se retrouvent pas de manière universelle ; ce sont des règles qui s'inscrivent dans une logique de valorisation de la salle, comme instance de toute puissance énonciatrice. En effet, il s'agit d'endiguer toute forme de nuisance dans le rapport au film et à l'écran. Et, depuis les premières projections Lumière aux projections *d'Avatar* en 3D, les salles de cinéma se sont « valorisées » dans leur capacité à spectaculariser le rapport au film, dans leur capacité à offrir de multiples expériences. Cette puissance énonciatrice comprend à la fois les conditions pragmatiques d'observation offertes aux spectateurs, mais également tout ce qui participe du spectacle, sans participer directement de ce que Tore appelle la « partie ».

Il y a eu, d'une part, la problématique de programmation, où le film, l'expérience de ce film, est valorisée parce que déjà caractérisée comme « grand film ». Le « grand film » n'est « grand » que parce qu'il y a de courtes séquences alentours qui le valorisent ; de même, l'on voyait alors également les « actualités ». Le grand écran était alors, de fait, « fenêtre ouverte sur le monde » : il ne s'agissait pas seulement d'1h30 de solitude spéculative, mais bien aussi une compréhension du monde, par des biais fictionnels et non fictionnels. Les rituels de séance sont eux-mêmes institutionnalisés progressivement, au fur et à mesure de la disparition des boniments et radicalement à l'émergence du parlant.

Si le cinéma en relief n'a connu que récemment une réussite industrielle, les dispositifs de projection ont néanmoins connu de grands bouleversements. Le format Cinemascope a

⁶⁶⁷ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, p.16

notamment contribué à renforcer la puissance énonciatrice et a donné à la salle de cinéma un caractère d'autant plus exceptionnel ; les années 1990 ont vu émerger des innovations majeures sur le dispositif sonore, permettant, notamment avec le Dolby Surround, d'immerger le spectateur dans un bain sonore.

Le principe de toutes ces innovations consistaient radicaliser la différence entre la perception quotidienne et l'engagement phénoménologique singulier que requiert le cinéma. Ce sont autant de moyens d'attirer l'attention sur les sens qui sont mobilisés dans l'observation du spectacle filmique. Ainsi, la valorisation du cinéma, par les technologies de production, n'allaient pas à l'encontre du film, mais, au contraire, renforçaient son caractère spectaculaire. Et si nous parlons de toute puissance de l'énonciation, c'est que, avant même que le film ne début, les spectateurs sont déjà « saisis » par les puissances du dispositif : la grandeur de la salle et de l'écran et il n'est pas inutile de rappeler que, jusqu'à récemment, avant le film, il y avait toujours un spot spectaculaire qui annonçait la technologie sonore employée dans la projection.

Nous comprenons évidemment bien que ce travail ne s'applique pas seulement à la salle, mais à l'ensemble de l'établissement. C'est la manière même dont l'établissement se caractérise comme hétérotopie qui contribue à la spectacularisation du cinéma. L'exemple qui nous apparaît comme paradigmatique est le *Rex* à Paris, et notamment ses projections des films de Walt Disney à Noël : si le lieu est déjà impressionnant, il propose, en outre, avant le film, la « féerie des eaux », un spectacle son et lumière avec des fontaines. À ce titre, nous insistons sur l'échec des complexes à mobiliser de manière spectaculaire l'imaginaire cinématographique : échec qui contribue non seulement à un désintérêt pour ces salles, mais également pour les films qui y sont diffusés.

Parallèlement, il y a eu des essais de spéculation portant précisément sur l'importance du contexte de réception et dans ses inférences sur la « partie » elle-même, ou, du moins, sur l'intérêt qu'on peut lui porter. C'est notamment le cas de l'association *Cinéma93* qui a très tôt proposé, pour des projections de films assez difficiles d'accès, la présence du réalisateur et, parfois, de l'équipe du film. Par-delà la stratégie de faciliter l'interprétation du film, pareil dispositif avait l'intérêt de renforcer, d'une certaine manière, le caractère spectaculaire de la séance et l'exemplarité de l'auteur (et du public).

Nous voudrions aussi insister sur l'importance du *Rocky Horror Picture Show*. Certes, le principe n'est pas connu du grand public et implique déjà une connaissance du film. Cependant, ce rituel existe depuis près de 40 ans et comporte des spécificités qui nous semble importante. En effet, la salle joue à entretenir un rapport magique au film : parfois les acteurs

sur scène jouent à faire des sortes « d'incantations à l'écran », jusqu'à ce qu'y advienne ce qui était demandé ; de même, l'on joue à répéter dans la salle ce qui est projeté à l'écran. Par-delà le jeu de « pseudo-naïveté-branchée » de ces séances, ce qui devient intéressant, c'est la manière même dont les acteurs sur scène préparent le « show » et le font dérouler selon le public et selon les spécificités culturelles où a lieu la séance. En effet, l'on peut assister à une séance réussie ou ratée du *Rocky*, selon que le public se prête au jeu, c'est-à-dire qu'il performe la spectacularité ; de même, les séances diffèrent d'un pays à un autre. Ainsi, la culture, le film et le public sont dans une situation de spectacle, ils sont en situation d'incertitude...

C'est également une période où l'on voit émerger un certain nombre de festivals de cinéma ; d'abord des festivals organisés par et pour des professionnels, puis, progressivement des festivals publics consacrés à une catégorie particulière de films. La salle, qui participe de ce type de festival, devient alors juge et partie du spectacle et le film est alors posé dans une situation d'incertitude où son « observation interne » est précisément et explicitement circonscrite et soumise à « l'observation externe ».

Ne l'oublions pas, on *spectacularise* pour célébrer quelque chose. Ici encore, il s'agit de figurer la singularité de la réussite (ou faire comprendre la réussite). L'on célèbre alors le film en ce qu'il s'exprime au nom de quelque chose : l'imaginaire, l'art, etc.

Mais, les stratégies de *Cinema93* ont dépassé la logique initiale et ont été reprises dans d'autres contextes, dans d'autres objectifs. De même, les stratégies de valorisation des salles ont tendu vers une valorisation très importante du lieu et de son public, peut-être au détriment des films. L'on tend à valoriser la célébration elle-même. Si l'on valorise cette célébration, l'on tend vers le quatrième niveau, qui insiste sur les figures de la célébrations de la réussite, et, ici, l'on célèbre la célébration, l'on célèbre le fait de célébrer quelque chose.

*« En réalité, ce qui est spectaculaire, c'est la monstration de quelque chose qui n'est pas donné : la monstration d'un événement improbable, ou en tout cas risqué. La véritable situation spectaculaire possède une issue incertaine : elle peut se terminer toujours par une débâcle – et c'est pourquoi on célèbre sa réussite éventuelle »*⁶⁶⁸.

Et c'est bien parce que le spectacle n'a déjà rien d'évident, qu'on doit célébrer la réussite d'une célébration.

⁶⁶⁸ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, p.19

Phase 4 : L'événementiel

Il faut contextualiser la logique « événementielle ». Le cinéma se numérise et cela aboutit à une spécification toujours plus précise du cinéma :

« alors que l'invention des Lumières se donnait pour but d'enregistrer le mouvement et la vie pour les projeter sur un écran, les effets spéciaux, cette technique jugée mineure que l'on croyait réservée au cinéma de genre, nous oblige à remettre cela en question. La projection (et donc la dimension spectaculaire) existe toujours. L'enregistrement de la vie, par contre, ne semble plus indispensable au 7^{ème} art... »⁶⁶⁹.

« La vérité est ailleurs... », pour paraphraser le slogan d'une célèbre série. La vérité n'est plus le propre de l'ontologie de l'image, mais de la relation dialectique à cette image. Il n'y a pas de vérité dans l'image produite mécaniquement, mais dans la relation entre les choses et le sujet. Ce n'est plus l'image seule ou le spectateur qui sont des « matériaux » à travailler, à valoriser, c'est la relation.

Entendons-nous bien : cela pourrait paraître être le propre de la médiation du cinéma – et cela pourrait sembler être comparable à la pratique du bonimenteur, mais il n'en est rien. Parce que, pour le premier point, le film et le public sont eux-mêmes réifiés dans l'objet « expérience » ; pour l'autre point, le bonimenteur opérait certes sur la relation, mais celle-ci s'appuyait sur le caractère indiciel de l'image, valorisait le dispositif, la technologie en y inscrivant un discours. Le problème est que pareille valorisation de l'expérience est moins une intégration des processus logiques, historiques et problématiques de la valorisation de la salle et par la salle, qu'un renversement total de l'asymétrie, où l'on tend à laisser croire que le seul « sujet » du spectacle cinématographique est son « destinataire ». Certes, nous rejoignons les propos de Cavell, lorsqu'il dit que le seul personnage que l'on voit au cinéma n'est jamais que le nôtre – puisque les éléments ne sont perçus que par un *regard* déterminé -, mais Cavell comme nous, rappelle aussi la nécessaire distanciation, et donc la nécessaire réflexion de cette distanciation, de la part du spectateur. Autrement dit, avant d'être « sujet » - car on ne l'advient qu'avec la problématique du *point de vue* – le spectateur doit endosser le spectacle, le percevoir, c'est-à-dire assumer (aussi) une fonction de « destinataire ». À ce titre, les théories de la réception confondent souvent refus total de la fonction de « destinataire » et fonction « partielle » de destinataire : le spectateur n'est pas qu'un destinataire, certes, mais cela ne veut aucunement dire qu'il ne « reçoit » rien.

⁶⁶⁹ Buendia P. « Du jamais vu ! Le spectaculaire et les effets spéciaux au cinéma », in. Hamon-Sirejols C. et Gardies A. (dir.), op.cit., p. 144

L'événementialisation se caractérise par un renversement : c'est la « partie » qui devient prétexte au spectacle et la participation active des spectateurs qui devient moteur de la spectacularisation. C'est que le spectacle implique à la fois des hésitations et des exacerbations, et que le public participe de cette problématique : il est donc logique qu'il soit intégré dans les processus de valorisation. Mais l'on tend alors à une situation structurellement comparable à celle qu'a pointé Goux à propos de la « frivolité de la valeur », où, ici, la valeur n'est plus financière, mais esthétique, voire culturelle. D'un côté, l'on tend à accorder au spectateur (singulier) le monopole du sens, voire même l'initiative du spectacle ; c'est le problème rhétorique que nous avons pointé au niveau des dispositifs de jugement, mais c'est également le problème théorique de nombre théories de la réception, notamment *Perverse spectators*⁶⁷⁰. Néanmoins, d'un autre côté, nous touchons aussi à la révélation de la problématique politique et esthétique propre à toute médiation culturelle, à savoir, saisir et s'impliquer dans les logiques de sociabilité. La question reste évidemment en suspend et dépend à la fois de l'évolution des modes de « réception », des usages, des théories, mais aussi des films (et leurs problématiques) qui sont proposés.

Tout au plus, verrons-nous, au cinéma, émerger de propositions « postdramatiques », où l'on explorera beaucoup plus les logiques de sociabilité et de spectacularité, que les logiques classiques de représentation. Cela ne nierait d'ailleurs pas notre conception de la médiation culturelle ; bien au contraire, elle en rendrait compte seulement d'une autre manière, et peut-être même de manière plus aigüe. En effet, en observant les logiques du théâtre « postdramatique » de Robert Wilson, Torre en arrive à la conclusion suivante :

*« il s'agit d'une rhétorique du spectaculaire, et des plus intenses : le théâtre « postdramatique » consiste à intensifier l'observation interne et externe de l'expérience spectaculaire, et cela au moment même où il joue à nier qu'il y ait d'expérience spectaculaire. (...) On peut considérer, avec raison, qu'une telle sémiotique est extrême, dans la mesure où elle travaille (elle mène une observation) sur les bords de la partie, mais toujours depuis la situation spectaculaire »*⁶⁷¹.

Et la défense de Buendia pour les effets spéciaux – que nous venons de citer –, contre les théories « ontologisantes » du cinéma, participe de la même logique : c'est bien la situation spectaculaire qui est mise en exergue et c'est bien la situation spectaculaire qui contribue à la médiation culturelle.

⁶⁷⁰ Staiger J., *Perverse spectators : The Practicities of Film Reception*, New York, New York University Press, 2000

⁶⁷¹ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, p.17

Que ce soient les auteurs, ou l'imaginaire cinématographique qui est valorisé, l'on tend vers un registre hautement symbolique de sociabilité. Par un jeu de spéculation sur l'imaginaire que véhicule la salle, la valeur de l'expérience cinématographique dépasse très largement les simples critères esthétiques.

Les salles *art et essai* font vertu d'une globalisation culturelle et d'un « retour aux sources ». Nous mettons cette formule entre guillemets, parce qu'il s'agit d'un retour au source tel que conçu dans l'ordre spéculatif abstrait de l'échange au quatrième degré, et non pas nécessairement retour réflexif sur toutes les conditions de l'échange. En effet, nous avons vu, à travers l'exemple paradigmatique du réseau *Utopia* à quel point l'expérience esthétique est inscrite dans une logique plus vaste, qui donne le prétexte à voir tel film dans cette salle, et qui déploie le discours de ce film dans une perspective bien plus large.

Les salles font alors un agrégat de valeurs autour de l'expérience filmique : défense de l'art, défense de la culture, voire défense du développement durable et du bio.

Les multiplexes font vertu d'une inscription dans le flux de la mondialisation des échanges. N'oublions pas que la problématique de la globalisation n'est pas réellement une problématique d'espace : la mondialisation des échanges existait bien avant les NTIC – Victor Hugo lui-même a publié des ouvrages en même temps dans 11 langues différentes -, c'est l'écrasement du temps, le régime d'immédiateté qui est problématique. C'est sa capacité à valoriser un instant T qui donne au cinéma toute sa « valeur ». Ce qui conduit à la nécessité d'une forme unique de valeur, une valeur qui regroupe en son sein toutes les autres : l'événement est cette valeur étalon.

Pourquoi événementialiser ? C'est que la logique de spectaculaire dépasse très largement le seul cadre du cinéma et s'inscrit dans la plupart des registres symboliques, et tout particulièrement sur ceux qui sont institutionnalisés et inscrits dans l'économie des singularités. L'on ne valorise pas simplement le spectaculaire, on vise la spectacularisation, c'est-à-dire le processus. C'est ce que Gian Maria Tore appelle d'ailleurs « *l'en-jeu* »⁶⁷².

Le public connaît ce principe : beaucoup de théoricien de la réception ont analysé la manière dont les familles jouaient à reconstituer les habitus du cinéma à la maison. De même, le cinéma joue, par exemple, à reproduire les habitus de l'opéra. Mais, nous voyons bien qu'il ne s'agit que de reprises formelles et parcellaires du cadre pragmatique et symbolique de médiation... Le talent marketing de George Lucas et le talent marketing des multiplexes a été

⁶⁷² Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*

de considérer la chose suivante : « *Outre cette activité complexe d'encadrement de la situation, la question du spectaculaire est aussi le maintien et la gestion de l'ouverture de la situation même* »⁶⁷³ : c'est moins la circonscription narrative que les puissances imaginaires propres à la diégèse que Lucas et ses fans ont consacré ; de même, les multiplexes – surtout depuis les cartes illimitées – visent moins l'expérience cinématographique en tant que telle, qu'à consacrer l'assurance du bon choix, en insistant sur les puissances d'expériences fournies par la carte d'accès.

La multiplication des dispositifs de jugement tendent aussi à augmenter la logique d'hésitation / exacerbation propre au spectaculaire telle que définie par Tore. En effet, en multipliant les informations, sans pour autant assurer un point de vue neutre, les dispositifs dramatisent le choix, engagent le spectateur. Ainsi, l'on est tenté de choisir un « événement », c'est-à-dire choisir quelque chose de suffisamment significatif pour justifier les démarches. Et, puisque l'on est manifestement acteur de la spectacularisation, l'on tend à agir de telle sorte qu'elle ait lieu...

Du reste, cela se manifeste également dans la prolifération des festivals et dans la logique de leurs investisseurs : il s'agit moins de consacrer l'art et les expériences esthétiques, que de viser des « externalités positives » (bien qu'elles soient encore invérifiables et inquantifiables). Autrement dit, l'on investit beaucoup plus pour l'image de marque d'une ville – représentée par sa capacité à générer des spectacles et de la sociabilité – que pour la valorisation de l'expression artistique en question.

Inversement, les salles art et essai, sont peut-être trop restées sur une logique d'encadrement de situation et n'offrent peut-être pas (ou pas assez) à la perception des spectateurs une qualité « d'ouverture de la situation ».

L'événementialisation se distingue aussi de la simple logique du spectaculaire sur un autre point : elle est l'expression d'une confusion de plus en plus manifeste entre *exploitation* et *exclusivité*. En effet, toutes ces stratégies proviennent notamment d'un raccourcissement de la chronologie des médias (où l'exclusivité des salles est réduite à 4 mois). Dès lors, les stratégies événementielles ne sont que des manières de créer un effet de « rareté ». Si les exploitants ont besoin d'un délai médiatique d'exclusivité pour exploiter un film,

⁶⁷³ Tore G-M., « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », *Nouveaux actes sémiotiques*, p.20

l'exploitation ne se résume pas à une logique d'exclusivité : or, au final, c'est la logique de « feu de paille » qui tend à entrer dans les logiques d'exploitation⁶⁷⁴.

iii. Les versants objectifs

Nous l'aurons compris, si le film de cinéma est, historiquement et par définition, projeté en salle de cinéma, c'est parce que la salle de cinéma contribue au processus de signification. Le dispositif définit le cadre de réception, les instances du réel, de l'imaginaire et du symbolique, dans lequel le spectateur a une expérience esthétique.

Les différentes phases de valorisation des salles, la progression des problématiques et des enjeux pour maintenir l'affluence du public dans les salles sont des objectivations, des mises en lumière des éléments d'appréciation de film. L'appréciation du film implique un rapport esthétique et un rapport sémiotique. Si, dans les premiers temps, l'on insistait sur les cadres esthétiques, les enjeux sémiotiques (et, en deçà et par-delà, les enjeux politiques) ont toujours été présents, mais particulièrement exploités dans un deuxième temps.

Ainsi, la mise en place du dispositif de projection, dans le cadre du cinématographe, était déjà quelque chose de spectaculaire, de nouveau. C'est la technologie elle-même qui fascinait le public et les exploitants n'avaient qu'à offrir la vision de films. La promesse du « jamais vu » était alors caractéristique de la technique :

*« La première projection eut lieu le 28 décembre 1895, dans le sous-sol du Grand Café, boulevard des Capucines. La veille, personne n'était allé encore au cinéma. Depuis, on ne peut plus en dire autant »*⁶⁷⁵.

Cependant, l'objet, en tant que tel, ne fascine pas très longtemps. Et, du reste, le mythe de « l'effet-train » exploité par les salles de cinéma dans des objectifs publicitaires n'y changent pas grand chose⁶⁷⁶. C'est que, non seulement le public n'est pas complètement idiot – et donc n'a pas une approche aussi naïve –, mais, en outre, il cherche un intérêt à la représentation. Les mécaniques de « l'effet train » n'ont de sens et n'ont produit de plaisir que parce que le public se prêtait au jeu.

⁶⁷⁴ Babeau O., *Le livre blanc des salles obscures. Assurer la pérennité des salles de cinéma dans l'intérêt de l'ensemble de la filière*, Altermind, disponible sur le site de la Fédération nationale des Cinémas Français : http://www.fnaf.org/updir/1/livre_blanc_des_salles_obscur.pdf, consulté le 10 septembre 2011

⁶⁷⁵ Louis Lumière, cité par Buendia P., « Du jamais vu ! Le spectaculaire et les effets spéciaux au cinéma », op.cit., p.140

⁶⁷⁶ Bottomore S., « Le public qui panique : le cinéma et « l'effet train » de 1895 », op.cit.

Le rôle du bonimenteur – à ce titre – a été particulièrement déterminant. Là où les cafés concert et autres formes d'exploitations du cinéma dans un contexte de spectacle « théâtral » se limitaient à la technologie, les boniments et les conférences, quant à elles, engageaient le spectateur dans la reconnaissance des objets représentés et dans la mobilisation de la mémoire des objets vus. Les manipulations des bobines sont la preuve même de l'expérimentation de ces compétences : notamment dans l'usage du célèbre gros plan, moment spectaculaire de *The Great train robbery*, que les exploitants inscrivaient, à loisir, en premier ou en dernier dans le film. Ce n'est pas seulement le dispositif qui comporte du « jamais vu », mais également les puissances expressives du film.

Si les bonimenteurs nous apparaissent comme importants, dans l'histoire de l'exploitation, c'est aussi parce qu'ils ont engagés la question du rapport sémiotique. En effet, en se contentant de parler des effets de montage, l'on pourrait croire que le cinéma ne fait que générer des affects sans générer de discours – du reste, c'est ce réductionnisme qui fait tout l'humour d'Hitchcock, lorsqu'il déclare à Truffaut que son rêve serait de maîtriser directement les affects du public. Cette puissance affectuelle est évidemment corrélative d'un discours, d'une signification. Les boniments et conférences offraient également un cadre culturel d'interprétation. C'est en fonction des identités culturelles que le film était alors compris.

Progressivement, ce sont les films qui ont intégré les logiques discursives et les cadres d'interprétation : d'abord par la présence d'intertitres (et avec l'interdiction de manipuler les bandes), puis avec la piste sonore. Le film devient le même pour tous, et il est l'objet que l'on apprécie (et que l'on juge). Cela ne veut pas dire que les exploitants n'ont plus aucun rôle, et qu'il doivent régresser à la simple projection de films. Au contraire, l'établissement lui-même, à travers sa programmation, mais également à travers les conditions réelles de projection (et de confort), l'imaginaire cinématographique qu'il véhicule et les rituels et principes de sociabilité qu'il impose, contribue à la mise en œuvre de codes culturels d'interprétations et « valorise » le film (en le consacrant). C'est aussi à partir de ce moment là qu'apparaît la logique d'exclusivité : soit, dans le schéma commercial, voir le film avant tout le monde ; soit, dans le schéma des ciné-clubs, voir le film interdit, ou le film introuvable. Le spectateur est consacré comme porteur d'une identité, voire d'une « distinction ».

Cela ne veut aucunement dire que l'interprétation du spectateur est entièrement déterminée par le film et par la salle. Cela veut dire que le film offre une matérialisation d'un idéal de soi, d'une exemplarité – c'est le principe même du spectacle – et que la salle institue

les relations à cette exemplarité, et défini une identité au spectateur, dans le cadre institué de sociabilité.

Ces cadres peuvent être déterminants dans l'expérience du spectateur, mais ils peuvent aussi être une base de subversion, de transgression de codes. C'est là le principe même de l'expérience cinématographique telle que défendue par Stanley Cavell. Ce qu'il semble reprocher aux « nouveaux spectateurs », c'est la manière de prendre en charge la spectacularisation du cinéma à un point tel qu'il ne peut pas faire la critique de sa propre identité par la mise en œuvre de son *droit de regard*. Il joue au public de théâtre, et veille à ce point à assurer la spectacularisation qu'il en oublie la dimension critique de l'appréciation. Il importe presque de ne plus s'entendre sur le film, film pour lequel, pourtant, l'on vise la réussite de l'exposition.

Les salles offrent donc des cadres esthétiques – la vision du film et l'implication de la mémoire du spectateur – et des cadres sémiotiques – mise en œuvre de codes culturels d'interprétation et possibilité de transgression des codes. Ce sont ces cadres qui composent l'échange symbolique au sein de la salle. Ces éléments ont toujours été présents, mais ils n'ont pas nécessairement été objectivés, exploités. Du reste, toutes les recherches en histoire du cinéma et en histoire de l'exploitation illustrent, depuis près de 30 ans, la présence de ces éléments et luttent contre la conception naïve et mythologique que nous avons jusqu'alors sur les origines du cinéma et sur le cinéma des origines. Lorsque Gaudreault, Lacasse, Albera et bien d'autres encore, rappellent notamment le caractère mythique de « l'effet train », leurs démonstrations montrent que les cadres que nous avons évoqué existaient, ne serait-ce que de manière intuitive (les spectateurs jouaient du principe spectaculaire, les cadrages Lumière étaient extrêmement rigoureux et pertinents...).

Tout le problème est que chaque élément, lorsqu'il est objectivé, tend à réduire la logique du spectacle à la logique spécifique de cet élément. L'on occulte les autres éléments, l'on empêche parfois la venue d'un élément autre et l'on engage la rationalité de l'exploitation – et du spectateur – dans une conception partielle du spectacle cinématographique. C'est, d'ailleurs, toute la différence que nous pointerons entre les *factors* et les *mercators* : les *mercators* exploiteront le registre dominant d'une époque, l'élément mis en valeur, pour obtenir des résultats, là où le *factors* tient compte de « l'état de l'art », pour reprendre l'expression des sciences strictes, c'est-à-dire de la progression des mises en lumière des éléments. C'est que, s'il y a des exploitants, des théoriciens, des spectateurs, qui s'inscrivent dans une logique historique, il y en a d'autres qui spéculent à partir du registre de

compréhension immédiat, à partir d'un seul élément. C'est, par exemple, toute la différence entre la *spectacularisation* et l'*événementialisation* : la seconde est la radicalisation – formelle, adialectique – du principe de spectacularisation, radicalisation produite de l'occultation des cadres antérieurs et fondamentaux du spectacle.

Aujourd'hui, l'on ne parle plus « du public », mais « des publics » ; lorsque l'on évoque le métier d'exploitant, l'on évoque cependant les situations et problématiques contrastées entre les différents professionnels. Jusqu'à présent, ces différences étaient signifiées en termes de différences de « nature » : différences sociologiques entre les spectateurs, différences de nature juridique et économique entre les exploitants... Ces différences existent, et nous ne les critiquons pas ; cependant, nous visons à souligner également une différence entre les rationalités, entre les procédures. Il y a un autre rapport d'affinité, de force, entre les acteurs, qui est une différence de positionnement logique, de processus de médiation. C'est pourquoi, par exemple, Roland Smith organise une association « art et essai » avec un multiplexe de Sherbrooke, là où une conception financière els séparerait ; c'est aussi à partir de ce point de vue que nous tendons à inscrire des salles « art et essai » dans une logique *mercator* comparable aux multiplexes, là où leur nature juridique et financière les distingue pourtant.

Il y a une multitude de processus qui s'opèrent en France et qui tendent à opérer au Québec, et ces processus sont certes contingentés par les différences de « nature » - il est évident que les petites exploitations font le travail qu'elles peuvent dans la limite de leurs ressources financières. Mais, au-delà de la défense de la grande couverture du territoire par les salles, et du fort taux de pénétration quelle que soit la localité⁶⁷⁷, nous voulons insister sur les logiques sur lesquelles ces différentes salles, ces différents processus inscrivent le cinéma dans l'espace public. Parce que, le problème économique propre à l'exploitation repose pour beaucoup sur un manque de reconnaissance et sur une incompréhension des enjeux de l'exploitant : définir et catégoriser un certain nombre de procédures apparaîtrait utile dans la structuration des aides.

Il nous apparaît que la rationalité de l'exploitant diffère selon la portée géographique de l'action : plus on tend sur un réseau élargi et plus l'on insiste sur l'élément d'appréciation récemment objectivé ; de plus, plus on a tendance à occulter les autres éléments et donc, tendre vers une exploitation « formelle » de l'élément principal.

⁶⁷⁷ En 2009, aucun territoire ne connaît un taux de pénétration inférieur à 58% et certaines localités rejoignent le taux de pénétration de la Région Parisienne (70,6%) : 65,1% pour les secteurs de plus de 100 000 habitants et 63,1% pour les secteurs de 50 000 à 100 000 habitants.

En effet, dans de petites localités comme Quiberon, ou dans des localités un peu plus grandes comme Mayenne, le cinéma est avant tout un lieu de sociabilité, qui a un rapport très visible avec la vie de la localité. Ainsi, les exploitants établissent des horaires, mais aussi des programmations qui conviennent au public local. Le responsable du cinéma de Quiberon a notamment un horaire d'hiver globalement plus tôt que l'horaire d'été, plus caractérisé par le rythme des saisonniers. Il en va de même pour la logique de programmation : l'hiver est plus consacré aux films « pour mémés », avec quelques films orientés pour le jeune public qui est encore présent. L'établissement s'identifie particulièrement comme lieu de sociabilité, notamment en projetant le film selon le taux de remplissage de la salle (versus la rationalisation des horaires) : l'on attend que la queue soit rentrée dans la salle, la fin de bavardages... Ce rituel fait partie de la logique même de l'établissement. Ce qui comporte, parfois, des désagréments avec les spectateurs habitués à une autre logique⁶⁷⁸.

Cet exemple n'est pas unique. Il est caractéristique des pratiques et usages dans les plus petites communes. L'avantage, non négligeable, de ces établissements, c'est qu'ils sont moins directement confrontés à la problématique de l'exclusivité : la concurrence étant plus faible, il s'agit moins de projeter les films les plus récents que de veiller à maintenir la sociabilité.

Dans les localités un peu plus grande, mais toujours isolées, comme le département de Mayenne par exemple, il s'agit toujours de travailler la problématique de sociabilité, mais de manière un peu plus rationalisée. En effet, il y a un plus grand public possible et l'établissement peut moins assurer une sociabilité par des échanges interpersonnels. C'est pourquoi ces localités travaillent activement avec les dispositifs d'éducation à l'image et reconnaissent des franges de leur public par des séances spécifiques : ces séances spécifiques sont exploitées à la fois en terme de programmation et en termes de tarification. C'est le cas, notamment de feu « Ciné-Vermeil »⁶⁷⁹. Déjà ici se pose la question de l'identification du spectateur ; mais il ne s'agit pas seulement de qualifier un spectateur, il s'agit de le capter en vue de l'inscrire dans une démocratisation du cinéma, démocratisation qui passe par une co-présence des différentes franges de la population dans une séance. La mission est encore politique : il s'agit d'éduquer le jeune public, mais également d'offrir des spectacles qui attirent l'ensemble des spectateurs.

⁶⁷⁸ Cf Annexe 15 : « Entretien avec Michel, directeur de la salle *art et essai Le Ciné* à Quiberon », p.904

⁶⁷⁹ Cf Annexe 16 : « Entretien avec Antoine Glémain, exploitant de cinéma et président de l'association Atmosphère 53 », p.915

Les grandes villes, qui possèdent des complexes en centre-ville (et parfois en banlieues), rationalisent déjà autrement les pratiques cinématographiques. La concurrence forçant le pas, la question de l'exclusivité s'y fait plus importante. Nous insistons sur un point : ce n'est ni bien ni mal *per se*, mais cela engage une perception différente du cinéma. Et cette perception différente conduit à des possibilités de rationalisation très différentes de la part des exploitants comme des spectateurs. L'établissement est moins consacré comme lieu de sociabilité qu'il est valorisé dans sa capacité de diffuseur culturel, et notamment de diffuseur d'exclusivité. L'on bascule déjà dans une autre perspective, qui inscrit le cinéma directement en concurrence avec d'autres plate-forme de diffusions. Ce qui explique l'apparente nouveauté, dans les problématiques économiques de l'exploitation, de voir les moyennes exploitations (y compris celles sans concurrence immédiate) dans une situation économiquement très instable : ces salles sont confrontées aux autres supports et doivent notamment baisser le tarif d'entrée afin de maintenir une stratégie de volume ; cependant, malgré la hausse du nombre d'entrées, le coût unitaire moyen (hors taux de location) augmente. Et l'exemple que donne Olivier Babeau, à ce titre, est caractéristique : une moyenne exploitation qui rencontre les problèmes que nous venons de donner n'équilibre ses comptes que grâce à une pizzeria attenante⁶⁸⁰.

Tout se passe comme si la sociabilité et l'identité du spectateur était déjà déléguées, comme si il s'agissait de conditions pré-requises et a priori. Certes, le spectateur n'attend pas le cinéma pour avoir une identité, mais celle-ci est objectivée dans la sociabilité ; ici, elle est moins objectivée que pré-supposée dans la rationalité de son choix.

Plus la localité est grande, plus les établissements sont grands, et plus on pré-suppose la rationalité du spectateur, rationalité qui s'exprime dans le choix de tel film, à telle séance, dans telle salle (versus les autres films, les autres séances, les autres supports de diffusion). L'on tend alors à valoriser du spectateur la capacité d'affirmation de soi et de ses goûts, capacité d'affirmation qui s'exprime notamment dans les choix et dans la manière de contribuer à la *spectacularisation* du film. C'est à partir de ce seuil, que les stratégies deviennent particulièrement abstraites et tendent à occulter les logiques dialectiques de la médiation (notamment au niveau du rapport de sociabilité). Notamment les stratégies de tarification, qui visent moins à remplir la salle dans un objectif de médiation, que dans une rentabilisation de la projection. À ce titre, les réflexions de Babeau sont particulièrement exemplaires et caractéristiques d'un raisonnement abstrait : Parce qu'il s'agit d'un métier de

⁶⁸⁰ Babeau O., *le livre blanc des salles obscures...*, op.cit.

coûts fixes et de revenus variables, il s'agit de dépasser un « point mort » où le remplissage de la salle crée du bénéfice ; c'est ce que l'on nomme le *yield management*. Il s'agit, dès lors, de travailler des différenciations tarifaires afin de remplir la salle, tout en veillant à ce que le public ne tende pas à un « effet d'aubaine » (c'est-à-dire qu'un public prêt à payer une entrée pour un coût donné tend à chercher à payer moins cher, là où la stratégie vise à capter un public qui n'était pas prêt à payer le prix initial). L'on tend à capter le spectateur par rapport au signe qu'il envoie, par l'achat, et non plus par l'offre en tant que telle. Cette approche a dominé ces 20 dernières années – notamment avec le développement de « fête du cinéma », « printemps du cinéma », mais aussi par un réagencement des tarifs, quel que soit le type de salle –, mais s'avère définitivement problématique :

« La plupart des spectateurs sont extrêmement flexibles quant au lieu, à la date et à l'heure de leur sortie, et sont de plus en plus des habitués déjà fidélisés à la salle obscure (68,3% des entrées de 2008 sont le fait d'habitués). Il y a tout lieu de penser, compte tenu des entretiens que nous avons menés avec des exploitants de salles expérimentés, que l'élasticité-prix de la fréquentation est forte à la hausse (une hausse du prix provoque une forte baisse de la fréquentation), mais relativement faible à la baisse (une baisse du prix a peu d'impact positif sur la fréquentation). On peut dès lors anticiper que l'effet d'aubaine prévaudrait sur celui d'attraction de nouveaux spectateurs : on assisterait à un déplacement des flux de fréquentation pour jouir des prix les plus bas sans véritable entrée de nouveaux consommateurs sur le marché. L'effet prix de la baisse serait, c'est à craindre, supérieur l'effet volume jouant en sens inverse. En d'autres termes, les quelques points de la fréquentation gagnés en lus ne permettraient pas de compenser la baisse de recette engendrée »⁶⁸¹.

Du reste, c'est également selon ces principes que beaucoup d'analystes des politiques de soutien aux industries culturelles sont particulièrement critiques quant à la pertinence des instruments d'aide – et surtout de contrôle : l'on tend vers une économie de rente, qui ne favorise que les usagers déjà habitués. À ce titre, l'exemple de l'Opéra est le plus manifeste⁶⁸².

Les établissements dans les grands secteurs et dans les secteurs à haute concurrence tendent, dans leurs stratégies, à occulter les logiques de médiations et à ne valoriser que l'acte du spectateur. Ainsi, Roland Smith montre les dérives du *yield management* :

« On va là avec des amis pour rire, pour se moquer de ce que l'on voit à l'écran, fumer et parler fort pendant les projections et ça ruine totalement le spectacle pour les autres spectateurs présents dans la

⁶⁸¹ *ibid.*, p.63

⁶⁸² Farchy J. et Sagot-Duvauroux D., *Économie des politiques culturelles*, PUF, Paris, 1994 ; Vernier J-M., « L'État français à la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention à sa dissolution gestionnaire », *op.cit.* ; Cocq E., Dantec A., Lévy-Hartmann F., « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », *op.cit.*

salle. Les divertissements proposés à l'entrée conduisent les spectateurs à maintenir une attitude désinvolte dans la salle. Il y a même des établissements où il n'y a aucune surveillance : certaines personnes paient un billet et se déplacent d'une salle à l'autre, pour voir tous les films ; ils entrent dans la salle à n'importe quel moment et demandent à leurs amis de résumer ce qu'ils ont manqué du film. Et le propriétaire s'en fout : il a vendu un billet et puis les places sont vides... »⁶⁸³.

C'est que, comme nous l'avons dit, toutes ces logiques présupposent une compétence du spectateur. Les stratégies ne comportent que très peu de réflexions sur les logiques esthétique et sémiotique à l'œuvre dans les salles. Nous tenons d'ailleurs à rappeler la mauvaise expérience de l'association *Fotokino* qui, dans sa volonté d'éduquer au cinéma, a oublié quelques problèmes pourtant préliminaires :

« on a quand même une fidélité croissante du public, une sorte de confiance : ils viennent sans savoir ce qu'ils vont voir et puis nous on prend un peu moins de risque aussi, histoire de pas être déçus. On montre des films étrangers, mais plus pour des petits, comme ça on peut montrer des choses singulières un peu plus en douceur. Les films chinois, les films iraniens par exemple. Et puis, on ne passe plus de film en VO, parce que ce n'est peut-être pas le principe de programmation en centre ville de Marseille. C'est un fait : il y a peu de public pour la VO, surtout chez les enfants quoi. Je me souviens, quand, au début, on avait programmé *Le voleur de Bagdad*, ça me paraissait évident de le passer en VO, mais bon c'est un film de deux heures : il y avait déjà pas grand monde, mais, surtout, il y en avait qui sortaient en pleurant, des enfants quoi, avec des parents qui nous engueulaient pas mais presque, en nous disant « vous vous rendez compte ? c'est traumatisant pour un enfant ». C'est pas évident, ça demande un accompagnement, une habitude. On y va plus doucement »⁶⁸⁴.

C'est dire la nécessité de « questionner les évidences »⁶⁸⁵. Et il ne s'agit pas de jeter la pierre aux exploitants. De fait si la V.O. apparaît comme une évidence, c'est aussi parce que, dans les textes, les salles de grandes agglomérations, pour être estampillées « art et essai », doivent diffuser presque exclusivement de la V.O. Cela montre à quel point, implicitement, il y a reproduction de violence symbolique que critiquait Bourdieu : les spectateurs de grandes agglomérations sont directement catégorisés comme plus « compétents » (encore qu'il faudrait déjà critiquer cette notion de « compétence ») que ceux de localités plus restreintes et isolées. Ce mythe se trouve dès les origines du cinéma, où « l'effet train » était jugé du fait des paysans, et des nouveaux arrivants en ville que des citoyens flâneurs. Il s'agirait, pourtant,

⁶⁸³ cf Annexe 18 : « Entretien avec Roland Smith, directeur du *Cinéma du Parc*, Montréal », p.940

⁶⁸⁴ cf Annexe 13 : « Entretien avec Nathalie Guimard, coprésidente de l'association FOTOKINO », p.880

⁶⁸⁵ Nous mettons cette formule entre guillemets, parce qu'il s'agit d'un des slogans des approches systémiques. Ces approches ont ceci d'intéressant qu'elles « forcent » à dire les choses, à objectiver les relations, à montrer les diverses interprétations corrélatives à l'implicite. C'est ainsi que ces approches sont des outils précieux en médiation sociale et familiale, mais aussi en entreprise, où bien souvent, les problématiques de « ménages » et celle de management sont des problèmes de discours et d'interprétations.

moins de « faciliter » les salles de communes isolées, pour la raison absurde l'inconsidération que l'on porte à leurs spectateurs, que, au contraire, comprendre leur bon taux de pénétration et d'appliquer leur logique à de plus grandes agglomérations !

iv. Les échanges inconscients

Du « jamais vu ! » à la valorisation des possibilités de réflexivités, les rapports spectateur / film médiés par la salle de cinéma n'ont pas la même forme, et engagent différemment le public dans le processus du spectacle. Tout le principe de la médiation culturelle consiste à faire se rejoindre le différent et le commun, le singulier et le pluriel ; de même, le principe de spectacularisation consiste à la fois à canaliser des faits et actions, mais également de conserver une certaine « ouverture », c'est parce que les faits n'ont rien d'évidents – et qu'ils sont néanmoins compréhensibles – qu'ils deviennent spectaculaires.

À chaque phase de développement de la mise en scène du spectacle cinématographique, ce ne sont pas les mêmes éléments qui prennent en charge le caractère « d'altérité » de « différentiel ». Si, au début, c'était le dispositif (d'enregistrement et de projection) lui-même qui était le « différentiel », progressivement, c'est le film qui a pris cela en charge (puis son auteur), avant que cela soit délégué au spectateur lui-même. Cela engage différents rapports « moraux » du spectateur. Jusqu'à la dernière modalité d'appréciation objectivée, le rapport du spectateur au film doit être un rapport « d'attention ». C'est précisément ce principe qu'a analysé en profondeur Stanley Cavell. Il y a un nécessaire rapport de bienveillance. Aller voir du « jamais vu ! », c'est déjà accorder une confiance au dispositif en sa capacité de rendre compte de phénomène que l'on ne saurait percevoir autrement, ou, au moins, reconnaître au dispositif une manière de percevoir le monde que l'on saurait avoir autrement. Ce rapport de confiance est toujours présent, mais plus implicite aujourd'hui ; par exemple, même face à des images censément « virtuelles », l'on joue à croire en leur caractère indiciel. C'est, d'ailleurs, ce que Cavell appelle « le rôle mythologique de la caméra ».

Le film a cristallisé le caractère « différentiel » et, au final, le travail de boniment n'a pris de sens que parce qu'il permettait d'inscrire cette forme d'expression particulière dans la communauté d'interprétation de son public. Évidemment, déjà nous voyons que le public est aussi un « différentiel » puisque le bonimenteur modifiait le discours, le contenu, le montage en vue de travailler son spectacle. Mais il n'en demeure pas moins qu'il fallait faire entrer le cinéma, cette forme étrangère d'expression, dans la communauté de sens ; donner une

« parole » à une expression encore « sans parole ». L'on dit souvent que le cinéma muet était « bruyant » : tout ce « bruit », toutes les sons, musiques et discours qu'on apposait aux films montrait pourtant bien que le film n'avait pas encore des critères de légitimité, il était encore muet, non parlant dans un « partage du sensible »⁶⁸⁶, dans un rapport entre les arts.

À la fin du cinéma muet, et radicalement à l'émergence du parlant, c'est le film qui prend en charge le « différentiel ». Il y a une sorte d'équilibrage des forces entre le film et son spectateur : le film « parle » (dans tous les sens du terme) et il s'agit de faire une sorte de « dialogue silencieux » entre le film et le spectateur. Tout le travail de ritualisation, de programmation et de mise en place de l'imaginaire cinématographique, de la salle, vise à situer cette sorte de « dialogue » : il s'agit de canaliser l'attention du spectateur, d'instaurer une relation de bienveillance. Le spectateur pouvait très bien avoir une approche réflexive ; du reste, c'est précisément un des objets de la *projection du monde* que d'en rendre compte⁶⁸⁷. Encore fallait-il qu'il soit engagé dans un processus qui permette de le faire. Il est notable que Yann Darré qualifie l'esthétique du premier cinéma parlant, le « cinéma des artisans » : tout le champ reconnaissait l'importance du public et il s'agissait de véhiculer une « parole », dont la forme et le contenu dialogue avec le public. L'échec commercial était alors signe d'une mauvaise « parole ».

Dans l'ensemble, la logique de programmation et d'exploitation, comme celle de la production, visait la spécificité du public. Les exploitants visaient la spécificité locale, les producteurs la spécificité nationale ; ce n'est d'ailleurs pas pour rien que, depuis, la question de l'industrie cinématographique est toujours plus ou moins liée à une question d'identité nationale et, dans une forme plus consensuelle, dans une problématique de spécificité culturelle.

Ce que l'on aperçoit, dans les cinquante dernières années, c'est que la question de la spécificité du public n'est considérée que du point de vue des problématiques nationales et industrielles. La notion « d'art et essai » versus le schéma commercial, n'a pas vraiment de sens, *per se*, au niveau local, au niveau d'une médiation concrète. Le principe de médiation est moins de défendre une conception d'un art que de viser le sujet à se confronter à un idéal

⁶⁸⁶ Nous reprenons ici l'expression de Jacques Rancière.

« J'appelle partage du sensible, ce système d'évidences sensibles qui donne à voir en même temps l'existence d'un commun et les découpages qui y définissent les places et les parts respectives. Un partage du sensible fixe donc en même temps un commun partagé et des parts exclusives », in Rancière J., *Le partage du sensible*, La Fabrique, Paris, 2006, p.12

⁶⁸⁷ Cavell S., *La projection du monde...*, op.cit.

de soi et de (re)découvrir son identité à travers une expérience de sublimation esthétique. Peu importe les critères d'exemplarité du film si ces critères correspondent à ceux du spectateur. Or, les critères d'exemplarité ont été normés, au niveau national, c'est-à-dire dans une forme d'abstraction : l'on qualifie dès lors moins les processus de médiations que l'exemplarité des films diffusés. Il y a une césure qui s'opère avec le public, parce que ces critères ont un caractère « utopique » : ils correspondent à un certain idéal et ils n'ont pas de « lieu » en ce qu'on oublie l'importance de la relation *d'aisthesis*. Du reste, c'est précisément ce problème qu'ont rencontré les actions culturelles instaurées par Malraux. C'est là la source même d'un certain phénomène de « distinction » propre aux salles art et essai. Mais ce phénomène se retrouve aussi dans le schéma commercial. Si, dans un premier temps, les salles d'exclusivité et de deuxième exploitation maintenaient une assez bonne fréquentation – là où très vite les réseaux art et essai demandaient toujours plus de subventions – c'est parce que ces salles ne visaient aucun « idéal » dans leurs programmations et, au contraire, confinaient le public dans une satisfaction de bien comprendre un spectacle « homéopathique », c'est-à-dire organisé dans le schéma de compréhension dominant, avec, parfois, une plus-value de l'expérience au niveau esthétique (évolution technique des projections, du son, etc.). Puisque le public était parfois capable de se « distinguer » dans les salles « art et essai », il était concevable que l'on exploite cette logique de « distinction » au niveau « homéopathique » : dans un premier temps, l'exclusivité était alors une plus-value monnayable ; c'est ensuite le fait même d'aller au cinéma qui l'est devenu. C'est le revers du raisonnement d'augmentation du prix de billet et du calcul de l'élasticité-prix. C'est l'identité du spectateur, et sa place dans l'espace public, qui est alors mis en jeu dans le fait d'aller voir un film au cinéma.

L'économie politique du cinéma se confronte aujourd'hui au problème de la déspatialisation du cinéma, lié à la multiplication des usages des dispositifs de lecture individuelle des films qui substitue une économie et une sémiotique de la lecture (y compris la lecture familiale dans l'espace privé) à une économie et à une sémiotique du spectacle, dans l'espace public. Cela a une incidence sur le positionnement du spectateur et du film dans l'échange signifiant ; ainsi, cela peut conduire aussi à une incidence sur la rationalité du sujet. En effet, le rapport, tendant à un pur formalisme – une tendance adialectique -, tend à induire une substitution de la rationalité *d'intérêt* à celle *d'utilité*.

La rationalité *d'intérêt*, c'est-à-dire celle d'un consommateur dans un marché (de la culture), entretient un rapport ambigu à la culture par le phénomène même de la dématérialisation des

objets, comme de la dématérialisation de la transaction. À ce titre, l'analyse sémiotique et symbolique des différents usages de l'argent (et donc de la signification que lui-même génère) proposé par Goux nous est utile ; elle exprime la complexité de la logique d'échange monétaire, qui est comparable à la complexité de la logique d'échange signifiant.

En effet, il y a différents régimes de monnaies (monnaie, chèque, carte bancaire) qui offrent une définition différente de l'argent, une symbolisation alors différente de la valeur déterminant ainsi une subjectivation singulière.

« N'est-ce pas tout un mode de symboliser impliquant non seulement un certain statut du signe et de la valeur, mais plus implicitement une certaine relation structurante à la loi, à l'État, à ce qui est privé et public, à la représentation, à la réalité, à la matière et à l'idéalité, qui chaque fois s'exposent dans cet acte minime ? N'est-ce pas un mode cohérent d'institution sociale, avec sa philosophie implicite et ses postulats pré-réflexifs, qui est impliqué et mis en acte dans chacune de ces pratiques ? »⁶⁸⁸.

C'est que, progressivement, les modes de paiements expriment déjà un effondrement du référent. Et si les problématiques de commerce en ligne se sont développées assez rapidement, c'est qu'elles sont engagées dans une relation au signe, à la valeur, à la subjectivation qui existait déjà. Tout le problème étant la subjectivation implicite que cela implique et donc la manière dont elle engage la relation aux signes, à l'objet désiré et son interprétation.

La monnaie or recouvrait les trois fonctions de la chose monétaire : à la fois mesure idéale (imaginaire) des valeurs, instrument symbolique d'échange et moyen réel de réserve ; aujourd'hui, le signe monétaire n'assure que le registre de pure symbolicité : l'étalon est en incessante négociation et la valeur de réserve est sans cesse reportée.

À ce titre, Goux pointe une conjoncture historique intéressante – d'autant plus intéressante pour nous qu'elle rejoint l'émergence historique du cinéma, ainsi que ses problématiques sémiotiques – entre l'émergence des chèques, qu'il nomme « monnaie scripturale » et l'émergence des théories sémiotiques et des problématiques esthétiques de la modernité.

« Ce qui frappe dans le chèque, par rapport au billet de banque, c'est le déplacement d'un régime de personnalisation uniquement publique et politique (signature des trésoriers de l'État) à un régime de personnalisation privée qui implique très différemment les identités. (...) Avec la monnaie scripturale, ou plutôt le règlement par écritures, on entre donc dans un autre espace sémiotique ou praxéologique, où les marques ne sont pas tant des signes de valeurs (comme dans un régime de représentation où le trésor est encore présent à l'horizon comme garantie référentielle) que des signes d'opérations sur les valeurs, les signes en eux-mêmes n'étant pas chargés d'un sens ou d'une valeur directement

⁶⁸⁸ Goux J_J, « Cash, Check or Charge ? », in. *Communications*, volume 50, 1989

appropriable, mais lancés dans un jeu indéfini de renvois, de renvois (traces d'opérations sur des traces) sans qu'aucun trésor directement échangé, ou même désignable, soit impliqué. (...) Tout se passe comme si la « monnaie scripturale » impliquait un mode de substituer qui n'est plus gagé directement sur une valeur matérialisée. Le régime bancaire du signe pourrait donc être ainsi opposé à son régime marchand, dans lequel la présence matérielle d'une marchandise (y compris la monnaie-marchandise elle-même) garantit le rapport étroit de représentation et d'équivalence. »⁶⁸⁹

Dans ce régime de la monnaie, les agents sont d'autant plus engagés qu'ils deviennent eux-mêmes garanties et référentiels d'une trésorerie dématérialisée. Les agents sont moins dans une nomenclature (que permettait encore la référence à une trésorerie qui garantissait la valeur signifiée) que dans un système où c'est la relation des signifiants entre eux qui détermine la valeur (l'axe des changes devient plus important que l'axe des échanges ; c'est notamment à partir de là que la question de la confiance devient une problématique importante en économie). Et Goux de pointer une conjoncture :

« On peut légitimement se demander si la rupture profonde, à la fin du siècle dernier et au début de ce siècle, dans les conceptions sémiotiques (Peirce), linguistiques (Saussure) ou esthétiques (cubisme, art abstrait), qui toutes impliquent une tentative de fonder le sens sur la relation réciproque et différentielle de signifiants à signifiés, dans un jeu indéfini de renvois et de reports, et non plus sur le rapport direct du signe à la chose qu'il signifie ou représente, n'est pas parfaitement congruente à cette transformation socio-symbolique du régime monétaire du signe »⁶⁹⁰.

Nous comprenons dès lors pourquoi Benjamin et ses contemporains étaient autant fascinés, au cinéma, par le montage : c'est l'agencement de signes, dans le temps, qui constitue la signification, et non pas une quelconque forme indicielle de l'image. Et si Benjamin, dans son célèbre article *L'œuvre d'art à l'heure de sa reproductibilité technique*, renverse les fonctions de l'art, envisage d'une manière radicalement nouvelle les relations à l'art et les fonctions de l'art, c'est parce qu'il s'inscrit (consciemment ou non) dans ce nouveau registre de rapport aux signes. La *valeur d'exposition* n'est jamais que le résultat d'une rencontre de signifiants (œuvre) à signifiés (espace public). Il y a congruence des perspectives économiques et des perspectives esthétiques. Et toutes deux se confrontent, à leurs manières – sans être pour autant inconciliables, au contraire ! -, à la difficile problématique de la perte de tout référent présentable et de toute mesure idéale de valeur. Il est, par ailleurs, notable que l'une comme l'autre se confronte à la question de l'écriture du sujet : il y a, d'une part, un mouvement qui fait de toute monnaie une écriture (et non plus un signe de valeur de l'échange), dans un

⁶⁸⁹ *ibid.*, p.11

⁶⁹⁰ *ibid.*, p.12

mouvement de perpétuels renvois de traces en traces ; de l'autre, une conception de la relation esthétique comme mécanique de rencontres d'interprétations, de renvois à des couches d'interprétations où disparaît toute forme de signifié transcendantal. Et il y a, dans l'organisation sociale et économique, un détachement progressif des conditions réelles d'échange : l'écriture, le cinéma se détachent des conditions originaires de l'échange par la parole ; la gestion de la monnaie scripturale en fait de même avec l'échange marchand.

Et, finalement, les divers exemples de propositions artistiques offertes par Jameson, pour exprimer ce qu'est le postmoderne, n'est jamais que ces phénomènes symboliques pris sous le prisme (bien réel) de la peur (totalité comme complot, *paranoïa*) ou, au contraire, de l'exstase – c'est-à-dire une perte de distanciation relative à un déni du symbolique. Tout cela montre bien à quel point le postmoderne n'est pas une rupture, un après du moderne, mais une continuité, parmi tant d'autres, et qui cohabite avec d'autres. Ce n'est qu'une expression radicale de la modernité. Et son pendant spéculaire, dans le rapport économique, s'est dessiné avec la carte bancaire. C'est ici que le processus de subjectivation devient extrêmement problématique pour le sujet, dans le sens où elle est bien plus proche du *conatus* : en effet, par les transactions par carte bancaire,

*« c'est le possesseur de la carte, en dialogue avec la machine, qui réalise lui-même une partie des opérations qui étaient auparavant effectuées par le personnel de la banque. L'essence purement informationnelle de la monnaie se révèle de mieux en mieux. Cette fois, plus rien n'est physiquement échangé. Seuls des signaux sont émis et enregistrés »*⁶⁹¹;

et que l'objet marchandé devienne aussi immatériel que la monnaie-marchandise ne pose pas ici de question supplémentaire, mis en est la continuité. Mais, la véritable question, c'est que c'est le possesseur de la carte qui devient porteur, en partie, de la compétence bancaire, dans le sens où lui est conféré une puissance d'opération dans la communication bancaire.

*« On peut se demander si ce n'est pas la notion même d'écriture, trace, « durable » et « morte » (opposée traditionnellement à la parole vive), qui, à son tour, est subvertie. Ce n'est plus la parole qui se révèle être structurellement une écriture, mais l'écriture qui devient à son tour, étrangement, une sorte de « parole », si l'idée même de parole implique la production imprévisible, active, de nouveaux arrangements de significations, dans la relation communicative »*⁶⁹².

Nous rejoignons ici, en une approche plus économique, les problématiques que Benjamin entrevoyait dans le médium¹, où finalement, l'on voit se développer de manière radicale la fonction symbolique au détriment des autres fonctions et où le sujet, comme n'importe quel

⁶⁹¹ *ibid.*, p.15

⁶⁹² *ibid.*, p.15

objet, tend à être caractérisé dans la détermination par la valeur d'échange. Du reste, c'est ce qui est précisément caractérisé comme capital immatériel d'une entreprise ou des sites de commerce et d'information en ligne. La monnaie est langage et information, le sujet est déterminé par la fonction symbolique. Du reste, nous dit Goux, ces traces renvoient toujours à une identité juridique, et plus précisément sous les contraintes juridique de la dette.

« Ce qui règle la trace, ce qui entraîne le mouvement du différé, c'est la circulation de plus ne plus compliquée, détournée, dérivée, d'une dette jamais soldée. Et donc une force juridique qui rejoint une valeur éthique : la promesse inhérente au crédit comme au débit. (...) Il inclut donc, par la structure même du différé, le facteur temps, et précisément l'avenir, comme orientation constituante, obligée. La société dominée par l'activité bancaire, donc par le crédit, joue du temps et de l'attente, joue de l'avenir, comme si toutes les activités étaient massivement comptées en avant d'elle-même, en avance sur elle-même dans l'expectative et l'escompte »⁶⁹³.

C'est le spectateur qui devient, dans la spectacularisation et dans l'échange, le « différentiel ». Dans la *spectacularisation*, nous avons vu comment, progressivement, certaines formes parallèles d'esthétiques du cinéma exploite l'interactivité et problématissent le rapport signifiant au film. Au niveau commercial actuel, cela se manifeste dans *l'événementialisation* de la séance. Cet événement peut aussi bien être esthétique (la 3D) que sémiotique (participation d'un Imaginaire commun, inscription du sujet dans un « événement » de l'espace public culturel). Mais l'événement ne prend sens que parce qu'il y a, à côté, totale occultation des enjeux esthétiques de la relation au film, dans les « lectures », au profit, avant tout, d'une dimension sémiotique.

Il y a dès lors un autre rapport moral entre le dispositif, le spectateur et le film : un rapport de promesse et de dettes réciproques – rapport problématique qui montre à quel point l'échange symbolique est subverti en logique symbolique d'échange matériel. La multiplication des supports de visionnement, trouve sa justification dans le pendant de la globalisation des échanges. Et, bien souvent, ces deux problèmes se mélangent dans les discours. C'est que l'un comme l'autre apportent un même problème profond : celui d'un régime d'immédiateté, dans le processus d'appréciation sémiotique. En effet, l'on remarque un grand échanges de signifiants (que ce soient des « patterns » filmiques, mais aussi les échanges d'informations bancaires, les informations sur le spectateur...), un grand échange qui est surtout très rapide. Tous les signifiants – que cela soit le film, les « patterns » filmiques, le spectateur, le dispositif, etc. – ne prennent sens que dans les relations qui se tissent entre eux : un rapport d'attraction et/ou de répulsion. C'est l'impossibilité de cartographier l'ensemble de ces

⁶⁹³ *ibid.*, p.16

rappports qui conduit aux dystopies et à la paranoïa que Jameson a analysé. Cependant, les signifiants ne sont pas isolés et ils exploitent des référents : c'est toute l'importance (« morale ») du rapport symbolique de la promesse qu'évoque Goux et dont on trouve un certain nombre d'expressions dans les différents rapports de confiances objectivés et exploités dans l'économie des singularités telle que définie par Karpik.

Le problème – et c'est pourquoi nous parlons ici de problème « moral » - c'est qu'il s'agit moins de prendre en compte des « dispositions sensibles » qui permettraient de comprendre autrement le monde, de voir avec une autre optique, que de renforcer la logique éthique de la « parole ». C'est aussi ce que critique Cavell, notamment dans la logique contemporaine du spectacle cinématographique. Il s'agit soit de participer à l'événementialisation – c'est-à-dire à la spectacularisation avec une importante visibilité sociale -, soit, avec la logique de « lecture », se concentrer exclusivement sur le film (et plus précisément encore, sur « texte filmique ») et partager une communauté avec la communauté de public qui s'intéresse à ce type de film. Pour le dire autrement, soit l'on tend vers une radicalisation du caractère spectaculaire du cinéma, au risque d'occulter l'approche critique sur l'exemplarité (on vise à assurer les conditions de possibilité du *point de vue* en performant la *spectature*), soit l'on tend à radicaliser une connaissance des films, mais en occultant la question de la sociabilité (on radicalise son *point de vue*, en oubliant les procédures du *regard*).

Le destin des vidéo clubs est d'ailleurs à ce titre éclairant. Nous allons prendre en exemple la ville de Marseille. Jusqu'à présent, les réseaux commerciaux ont principalement privilégié la première approche : le public est prêt à payer cher une entrée et à être actif en vue d'événementialiser l'expérience. Les vidéo clubs tendant alors à disparaître : ils sont trop onéreux et peu disponibles pour s'inscrire soit dans l'événement, soit dans la commodité de l'offre à domicile. Du reste, en discutant avec quelques propriétaires de vidéo club, un fait est revenu régulièrement : les banques, globalement, ne font plus de prêt auprès des vidéoclubs, y compris lorsqu'ils développent des nouveaux services. Inversement, tandis que les salles *art et essai* peinent à trouver un public, *Videodrome*, un vidéo club *d'art et essai*, connaît un franc succès depuis 10 ans, et engage depuis quelques mois une stratégie tarifaire très agressive sur le marché : pour 35 euros, l'on peut louer à volonté toute l'année, à hauteur de deux films pour trois jours. De plus, ce club propose des thématiques mensuelles et une offre variée, que ce soit en termes de nationalités de films, mais aussi de formats (courts métrages, séries...). Autrement dit, les salles ne peuvent pas concurrencer la logique de « lecture ».

Cependant, les logiques de « lecture » et de « spectacle » peuvent être complémentaires. Laurent Creton l'a déjà pointé au niveau des usages – les spectateurs réguliers de salles de cinéma sont également des « visionneurs » réguliers - ; il s'agit donc de voir comment les salles peuvent se positionner à l'aune de ce principe. Nous verrons notamment les perspectives qu'ouvrent certaines associations et qui nous apparaissent comme particulièrement intéressantes. Pour l'heure, retenons que le positionnement des salles implique qu'elles ne doivent pas se contenter d'être « diffuseur » ; *Vidéodrome*, à sa manière, le fait de manière bien plus commode.

Nous comprenons que l'exploitant offre des conditions de possibilité d'esthétique pleine à travers la programmation et le discours apposé à cette programmation. Mais cela ne prend tout son sens qu'articulé, d'une certaine manière, à l'espace public. Ainsi, aux discours articulant les logiques esthétiques à l'œuvre dans la programmation, il s'agit de consacrer la salle comme lieu de vie, lieu de sociabilité. Le travail de spectacularisation n'est pas un seul travail visant une plus-value de l'expérience : c'est aussi une manière d'objectiver la participation du spectateur et de l'ensemble du public au procès d'interprétation. Les problématiques contemporaines de la mise en scène du spectacle cinématographique – qui sont le pendant spéculaire des problématiques de « lecture » et d'analyse critique dans l'articulation film spectateur – consistent à établir une valeur à la singularité et à l'imprévisible (ce que l'on retrouve, par ailleurs, dans les œuvres contemporaines à l'heure du flux⁶⁹⁴). Les multiplexes - et les événements « nuits fantastiques » *d'Utopia* dont nous avons fait la critique⁶⁹⁵ - n'offrent pas une perspective critique dans la spectacularisation : au contraire, ils plongent le spectateur dans une logique de *performance de la communauté*. Inversement, la médiation doit manifester toute la distanciation entre le film, le spectateur et la salle : c'est l'inscription de ces trois éléments dans un échange symbolique qui produit de la signification ; cependant, l'échange symbolique doit s'effectuer sur une certaine forme de négociation ou, au moins, avoir une réflexion sur ce qui fonde le pacte symbolique. Ainsi, chaque projection est un événement en ce qu'elle recèle d'imprévisibles ; et des « événements », des séances « extra-ordinaires » prennent un intérêt spécifique en ce qu'elles manifesteraient les logiques d'une pensée critique.

⁶⁹⁴ cf fin Partie I, « C. Les esthétiques du virtuel et leurs incidences possibles sur l'esthétique du cinéma », p.228

⁶⁹⁵ cf « ii. Requalification des exploitations : Factor / mercator dans la médiation singulier / collectif », p.642

Conclusion: de la critique à l'alternative...

Dans la présente partie, nous avons fait la critique de l'économie politique et symbolique de la médiation culturelle en général et du cinéma en particulier, en faisant la synthèse explicative des observations disséminées au sein des deux premières parties. Nous comprenons que la situation de « crise » de l'exploitation n'est pas seulement un problème isolé, mais qui participe d'une « crise » au sein des logiques culturelles contemporaines, corrélative d'une incidence d'une certaine logique de marché, qui tend de plus en plus à légiférer les logiques d'échanges culturels. Ce contexte de crise se résume à une subversion du principe d'échange symbolique qui se présente désormais dans une logique hautement symbolique d'échanges matériels.

Consciemment ou non, tous les acteurs de l'espace public participent plus ou moins de ce « partage du sensible » ; tous participent plus ou moins à sa reproduction. Il est notable que le marché s'est inscrit dans des « béances » que n'avaient pas suffisamment pris en compte l'espace public cinématographiques et les pouvoirs publics.

Cependant, nous avons pointé qu'il existe des formes alternatives possibles. Qu'une logique de médiation peut se positionner vis-à-vis du marché, notamment en créant un marché spécifique, le marché-réseau. Il s'agirait là d'une expression en termes économiques des logiques dialectiques de sociabilité. Autrement dit, l'économie du cinéma aurait deux moteurs de valorisation : d'une part, le film – et sa chaîne de valorisation transmédiatique - ; d'autre part, l'exploitation. Ces deux moteurs seraient complémentaires, même si, au vu du contexte actuel, le marché du film resterait prédominant.

Pour qu'une pareille économie soit légitime et ait une incidence dans l'espace public, il ne faut pas que sa logique soit comparable à celle de l'économie classique de marché (de films). C'est à ce titre que nous avons proposé une distinction entre *factors* et *mercators* : derrière l'analyse critique de la participation des *mercators* dans la reproduction des logiques du marché, nous avons proposé une nouvelle différenciation des salles. En effet, il s'agit moins de les catégoriser en fonction du contenu de leur programmation qu'en fonction de la manière dont elles rendent compte du procès d'échange symbolique, à travers leurs mise en scène du

spectacle cinématographique. Ce faisant, nous espérons avoir permis une première requalification de l'exploitation cinématographique (qui, pour l'heure, est mal reconnue et simplement reléguée à un statut de diffuseur, dont l'utilité n'existera qu'aussi longtemps que les spectateurs reproduisent les logiques d'acculturation du cinéma) et une conception élargie des problématiques métiers de l'exploitant.

Dans les derniers chapitres de cette partie, nous avons éclairé les points sur lesquels les exploitants doivent opérer une valorisation, établir un échange avec le public, sur lesquels ils doivent offrir un discours. Cependant, ces points peuvent apparaître « abstraits » au lecteur : c'est pourquoi nous en trouverons des exemples en conclusion ; notamment à travers des propositions faites par un certain nombre d'associations.

Le travail de ces nouveaux exploitants, de ces associations, ne peuvent s'établir convenablement que s'il est reconnu et soutenu au sein de l'espace public cinématographique. C'est pourquoi, en conclusion, nous ferons un certain nombre de propositions corrélatives à la requalification de l'exploitation cinématographique – propositions qui mériteraient d'être évaluées et circonstanciées par des économistes et des acteurs de cet espace public.

Mais, puisque les exploitants participent de l'espace public cinématographiques, sont dans une autonomie relative, c'est aussi en proposant des stratégies et en offrant des résultats intéressants auprès des organismes à échelle nationale que ces dernières pourront requalifier la fonction d'exploitant et statufier d'une nouvelle logique économique. C'est pourquoi nous citerons des exemples de logique de médiation cinématographique qui nous apparaissent pertinentes (tout en essayant de garder en tête les spécificités locales dans lesquelles elles s'inscrivent) et nous en déduirons des propositions.

CONCLUSION GÉNÉRALE

"La crise, c'est quand le vieux se meurt et que le jeune hésite à naître" Antonio Gramsci

A. Quelques perspectives et propositions

La première partie de la thèse a consisté à donner le cadre général dans lequel s'inscrit le problème et de cerner les enjeux esthétiques et politiques actuellement à l'œuvre. Nous avons notamment entrevu comment le cinéma s'est inscrit dans la modernité et les difficultés et solutions esthétiques en actuel développement pour signifier les problématiques contemporaines. Une des fonctions de l'exploitant est de prendre en compte ces enjeux « *aisthésiques* » - qui sont des problématisations esthétiques du symbolique - et de donner à voir des formes esthétiques qui les expriment et problématisent.

Cependant, en deçà et par-delà les enjeux esthétiques, le cinéma doit s'inscrire dans l'expérience du spectateur, qui participe de la sociabilité, et cette inscription implique aussi la prise en compte de l'inscription et la valorisation du cinéma au sein de l'espace public. C'est tout l'objet de la deuxième partie que de suivre le parcours historique de l'inscription du cinéma dans l'espace public et de l'émergence et institutionnalisation d'un espace public cinématographique. La fonction de l'exploitant n'est qu'un maillon de cet espace public cinématographique. Et parce qu'il est inscrit dans une logique de légitimation du cinéma qui, par ailleurs, rejoint une logique de valorisation monétaire et de structure économique particulière et complexe, la rationalité de l'exploitant tend à s'attacher à cette complexité, parfois en occultant la finalité de ces dispositifs.

C'est pourquoi l'on a esquissé, en troisième partie, une critique de l'économie politique et signifiante du cinéma qui vise non seulement à objectiver les logiques historiques et dialectiques du développement de l'espace public cinématographique – et plus précisément encore de l'exploitation du cinéma -, tout en veillant à en pointer les incidences sur la perception que peut en avoir le spectateur et les incidences sur le positionnement dudit spectateur.

Ainsi, les problématiques rencontrées par l'exploitation contemporaine n'est pas le seul résultat d'un « esprit du temps », d'un problème *d'aïsthésis*, mais également la continuité d'un problème plus profond au sein de l'espace public cinématographique lui-même.

Néanmoins, ce parcours permet aussi de révéler ce qui définit, précisément, la problématique métier et la « promesse » de l'exploitation, qu'elle soit, par ailleurs, privée ou publique. Il est évident que les stratégies diffèrent et vont s'exprimer de manière singulières selon le statut juridique de l'exploitation, la localité dans laquelle elle s'inscrit, la spécificité du public et de l'entrepreneur.

Parce que, au final, le système actuel comporte en son sein des formes alternatives et qu'un changement radical de système serait, de toute manière, non seulement inenvisageable, mais, en outre, inutile et très coûteux, parce que nous refusons également d'occulter les possibilités de changement et d'action des acteurs dans une analyse uniquement structurelle, nous proposons ici un certain nombre de perspectives théoriques qui nous semble intéressantes et qui proviennent d'un certain nombre d'observations « sur le terrain ».

Il s'agit de propositions qui prennent en compte des expérimentations faites par des exploitations, qui essaient de prendre en compte les spécificités du terrain et qui s'appuient également sur des réflexions et propositions faites par d'autres chercheurs. Ce ne sont que des ouvertures suites à nos observations et qui n'ont pas la prétention de réguler l'ensemble de la filière ; notre travail consacre une attention toute particulière à l'exploitation. Il est évident qu'elles gagneraient à être évaluées non seulement par d'autres expérimentations, mais aussi par des chercheurs dont les compétences en économie et en finance dépasse le cadre de nos compétences.

Il est important de rappeler les préambules de nos propositions. Nous comprenons que le cinéma, en tant qu'expression, en tant que fait culturel, n'est pas « mort », ni même « mourant ». Les usages changent, certes, mais ils changent également en fonction des offres et des discours ; le problème est le positionnement du cinéma, en général, et des exploitants en particulier, dans l'espace public culturel et dans les espaces publics plus locaux.

La complexité du problème provient, d'un côté, de la multiplicité des formes concurrentielles de spectacle et de diffusion de film, mais la complexité provient aussi, d'un autre côté, du positionnement actuel du cinéma et des salles, suite à un déroulement historique et logique. Si beaucoup de salles s'affligent de voir la « bêtise » grandissante du public, elles ne prennent cependant en compte ni les logiques actuelles du public, ni ne critiquent leur propre approche du cinéma, qui est moins l'approche de la « vérité » (absolue et définitionnelle) du cinéma,

que d'une « vérité » contingente qui a eu, à un moment donné, un sens qu'il n'a peut être plus aujourd'hui...

Les problématiques métiers sont donc des problématiques corrélatives à la manière dont les procédures de médiations manifestent (ou, inversement, exploitent et subvertissent) l'échange symbolique. Cela implique, d'une part, un positionnement dans l'espace (de la concurrence), mais aussi dans le temps (en rapport avec le développement historique de la culture, des arts, du cinéma et des spectacles). Cela implique également un discours visible, une reconnaissance du public ; bref, un travail de mise en lien.

À ce titre, il y a deux grandes façons de se confronter à ces problématiques : soit le *mercator* – dont la rationalité, les offres et le discours ne se placent que sur un pur plan d'immédiateté et sur l'idéologie dominante de l'époque ; soit le *factor* – dont la rationalité est historique et qui vise une alternative. La différence entre *factor* et *mercator* n'est pas une différence de nature purement économique et financière (ce que l'on penserait instinctivement en plaçant les salles *art et essai* en *factor* et les multiplexes en *mercator*) ; c'est une différence de réflexivité, de procédure, de reconnaissance du public.

Pour comprendre cette différence et surtout pour pointer le caractère opératoire du *factor*, il faut dépasser l'approche marxienne de l'art. En effet, la dialectique historique que nous reprenons est extrêmement utile pour comprendre et déterminer les logiques à l'œuvre dans la construction de notre problème. Cependant, en tant que telle, elle ne permet pas de voir les conditions de possibilité de dépassement des problèmes ; elle n'en donne que l'intuition. Les problèmes et propositions de Marx étant autres et historiquement différents des nôtres, il est évidemment nécessaire de prendre un peu de distance quant à son approche. Du reste, c'est précisément le problème des approches marxistes plus ou moins orthodoxes et des problèmes des structuralistes que de ne pas pouvoir offrir de possibilité de dépassement de problème autres que le simple espoir en la capacité critique des lecteurs lorsqu'on leur ouvre les yeux. À ce titre, nous nous rapprochons des perspectives offertes par Walter Benjamin qui, dans son parcours, a été conduit à prendre pareilles distances.

Ce faisant, nous réengagerons la question de la médiation culturelle à l'aune de la globalisation, en pointant les problématiques du niveau local au niveau le plus global. Nous avons circonscrit le positionnement de l'exploitant et des dispositifs de jugement en vue de leur donner un caractère opératoire (dans les critères du *factor*). Et nous allons maintenant voir des stratégies qui s'enracinent très précisément à l'aune de ces principes, ce qui signifie bien qu'il existe des forces de proposition dans le champ de l'exploitation ; il est, par ailleurs, notable que ces propositions sont produites par des associations et, globalement, ont une

visibilité plus grande auprès de leur public de manière inversement proportionnelle à la taille de la localité.

C'est pourquoi nous privilégierons une perspective sur le travail associatif, qui nous apparaît extrêmement fécond et nous engagerons un certain nombre de pistes de réflexion afin de permettre, au niveau national, de dépasser le problème « identitaire » des salles et de les inscrire dans un nouveau registre d'offre qui, au vu des expérimentations associatives, ont une bonne efficacité.

i. Les perspectives associatives et les problématiques selon les contextes

Du reste, c'est ce que semble faire un certain nombre d'associations de salles, comme le GRAC, *Atmosphère 53*, *Cinéma 93*, etc. Cependant, une fois encore, plus l'association s'inscrit dans une grande agglomération, ou dans un périmètre « distingué » et moins ses réflexions et pratiques vont à la source du problème. On le remarque à travers le glissement d'un certain « pragmatisme » dans le discours des associations des petites localités à un certain « moralisme » dans le discours des associations des grandes agglomérations⁶⁹⁶. Ainsi, pouvons nous l'entrevoir dans la différence de discours entre *Atmosphère 53*, le GRAC à Lyon, *l'Alhambra* de Marseille et *Cinéma 93* en Région Parisienne. Cependant, par-delà ces différences, ce qui est intéressant, à travers ces différents parcours, est la manière dont, progressivement, chacune de ces associations s'est confrontée aux différentes problématiques et facettes de la médiation dont nous avons fait l'analyse dans les deux chapitres précédents.

Atmosphère 53, qui ne connaissait nullement les dispositifs nationaux, visait avant tout à consolider ce qu'on appelle le « fait cinématographique », l'importance de la salle dans l'espace public :

« (Notre) projet était articulé sur trois idées. D'une part, il s'agissait de travailler sur le plan scolaire. (...) Du reste, le prof qui était là était très pédagogue et a mis en place un dispositif qui s'appelait

⁶⁹⁶ Comprenez bien le propos ici. Il ne s'agit pas de juger le discours de chaque association, mais bien de montrer en quoi les processus, les solutions diffèrent selon les contextes. Ces contextes ne créent pas seulement des différences financières, mais également des différences dans la manière d'aborder les problèmes. Si nous opposons ici « pragmatisme » et « moralisme », c'est que l'on vise à opposer une réflexion concrète qui vise progressivement une maîtrise générale et qui découvre peu à peu des logiques procédurales à une réflexion qui est déjà de plain pied dans des procédures et qui tend à oublier des problématiques élémentaires qui sont considérées comme acquises. Pour le dire autrement, le « moralisme » est normé et normatif : c'est déjà en fonction de normes que l'on pense et agit de manière « moraliste ». Nul doute, à la suite des différents entretiens, que l'ensemble des acteurs rencontrés sont bienveillants et visent le plaisir du spectateur.

« Cinécole » : il s'agissait d'un partenariat avec les collèges et écoles de Mayenne, avec comme objectif principal une médiation qui s'appuie et valorise la salle. (...) L'autre idée, c'était « Cinépassion », qui est un ensemble de projection art et essai pour le public – puisque la salle, à ce sujet ne faisait absolument rien. Bon, mais au début, c'était pas grand chose : une séance par mois. Notre idée était de toucher un public plus large. (...) Mais on n'était pas des radicaux art et essai ; l'idée principale était que pour que les profs fassent un travail intéressant, il fallait qu'ils voient des films, ce qui impliquait que ce type de séance soit ouvert au public.

Le troisième volet était un peu plus intuitif. Nous remarquons que la population de la Mayenne était vieillissante ; il fallait donc faire des séances destinées aux « vieux » quoi. Ça s'appelait « CinéVermeil ». Pareil des séances une fois par mois, moins chères, destinées pour ce public là »⁶⁹⁷.

C'est la réussite de ces projets, et tout particulièrement du dispositif scolaire, qui a donné une première visibilité de l'association au niveau départemental. Ainsi le Conseil Général, puis la Région se sont intéressés à leurs actions et les ont financé. Cependant, cela induit un changement de rationalité, notamment un travail avec les dispositifs nationaux de pédagogie du cinéma. C'est la logique initiale de leurs actions, à savoir la défense des salles qui implique une transversalité des actions, qui ont été problématisées :

« À cette époque, en interne comme avec le Conseil Général, il y a eu des discussions très vives quant aux objectifs et aux moyens vis à vis d'un projet d'ampleur départementale. Le projet que j'ai proposé s'articulait autour d'un festival, « les reflets du cinéma », qui est, au fond, une reprise des microfestivals et des semaines à thème qu'on avait déjà développé ; il s'agissait de vendre au Conseil une vitrine, un travail continu – et qui, à l'époque, ne les intéressaient pas beaucoup d'ailleurs ! Ça permettait de travailler le partenariat avec les salles, puisqu'il y en avait dix qui étaient associées à ce projet. (...)

Et, en même temps, ils ne voyaient pas non plus d'un très bon œil ce qu'on faisait avec les écoles, parce que ça, ils ne le finançaient pas. À ce titre, nous avons d'ailleurs réussi à obtenir des financements de la région – qui a d'ailleurs beaucoup plus accepté nos conditions. Nous avons déjà un peu d'expérience et l'objectif était aussi de faire reconnaître l'ensemble de nos activités.

Mais le gros travail, pour les écoles, a été dans la négociation avec les communautés de communes : on leur demandait principalement de financer les transports, parce que c'est de ça dont on avait le plus besoin pour que les écoles aillent au cinéma. Elles ont quasiment toutes accepté, mais ça a été un gros travail de leur faire accepter. Après coup, le Conseil Général a trouvé ça intéressant parce que ça a permis de faire mieux fonctionner les petites salles.

⁶⁹⁷ Cf Annexe 16 : « Entretien avec Antoine Glémain, exploitant et président de l'association Atmosphère 53 », p.915

C'est un peu bête ce qui s'est passé. Parce que la séparation des dispositifs (NDR : suite à l'inscription dans les dispositifs nationaux) a terriblement cloisonné les choses et a empêché des actions transversales »⁶⁹⁸.

C'est moins à partir d'une définition « essentialiste » du cinéma que l'association envisage la problématique du numérique que sur la manière dont un cinéma propose l'expérience cinématographique :

« Prenez, par exemple, qu'est-ce que c'est que cette histoire de la défense de la qualité de projection du 35mm ? Certes, il y a peut-être une qualité de texture un peu supérieure, mais il y a eu beaucoup de conneries racontées là-dessus. Là dessus, on s'est positionné en disant que nous défendions l'art cinématographique, et que le film soit en 35mm ou en 2k, on s'en fout dès lors que la qualité est suffisante. On défend notamment les documentaires, or ils ne sont pas nécessairement en 35mm. (...)

Nous, on en a rien eu à foutre puisque dans notre logique, il y a des films qui nous intéressent et qui sont parfois sur support DVD. Et donc on a déjà fait ça chez nous. Mais on n'est pas les seuls. Il y a plein de festivals qui font cela : tenez, même à Cannes cette année, il y a eu un film qui a été transporté sur une clef USB ! »⁶⁹⁹.

Il s'agit de réfléchir sur la logique du spectacle cinématographique. Or, les différentes catégories de salles de spectacle cinématographique sont devenues obsolètes :

« la frontière entre art et essai et multiplexe est devenue poreuse. Vous m'accorderez que les multiplexes ont une logique de programmation art et essai, même si elle n'est pas la plus pointue, qui vise à capter une niche. Là où je voulais en venir, c'est qu'il y a aussi des établissements art et essai qui tendent à devenir des multiplexes, qui tendent à avoir cette même logique un peu supermarché. Les 400 coups à Angers comprend tout de même 7 salles ! C'est des affaires importantes.

En plus, la gestion de l'art et essai est très compliqué : imaginez bien que plus de 60% de films qui sortent en salle sont labellisés art et essai. Ca n'a plus grand sens. Et, dans notre métier, l'exemple le plus manifeste de ça, c'est MK2. MK2 est devenu le pire des multiplexes...alors qu'ils venaient du culturel !

Donc, ce qui se passe, c'est que la frontière est poreuse. Et il y a un magma, y compris au cœur de la FNCF.

(...) Comprenez bien une chose : l'expression « art et essai » ne veut rien dire ; c'est juste une catégorie administrative. »⁷⁰⁰

⁶⁹⁸ *ibid.*

⁶⁹⁹ *ibid.*

⁷⁰⁰ *ibid.*

L'association est donc dans un rapport relativement éloigné aux dispositifs nationaux, dont les complications administratives ne permettent pas réagir aux problématiques immédiates. C'est pourquoi, elle s'interroge encore sur la transversalité ; cependant, il y a un glissement possible, où l'on passe de la question de la transversalité des publics à la transversalité au sein de la filière. En effet, l'association, dans son adaptation au numérique, tend à s'ouvrir sur toutes les pratiques de la filière – et, à travers cette question de filière, se pose encore, en sibyllin, la question de l'articulation avec l'espace public :

« Cette question, on l'a élargie, puisque l'on prend en considération la manière dont les films peuvent être faits. Parce que la question de la numérisation n'est déjà plus vraiment une question ; la vraie question, selon nous est qu'est-ce que ça change en termes de création cinématographique ? Et c'est selon cette question que l'on peut après s'interroger de manière plus pertinente sur la diffusion. Et ce que change le numérique, c'est peut-être la jointure de la production et de la diffusion.

Parce que, finalement, qu'est-ce qu'il y avait avant ? Il y avait la coupure cinéma/audiovisuel. C'est-à-dire qu'il y avait d'un côté des films tournés en 35mm, des productions très lourdes qui étaient soit vues par personne, soit diffusées en salle. Ces deux choses étaient disjointes. (...) Et puis au niveau audiovisuel, on remarque qu'il y a réseau de petites productions qui produisent des choses (principalement des documentaires) pour la TV. Et puis, à côté de ça, il y a des festivals, qui présentent des films qui sont sur des supports moins riches que le 35mm, mais qui peuvent avoir une autre vie. Et toute la logique de la filière, ainsi que celle des commissions, des soutiens, sont organisés là-dessus. Le numérique change complètement cette donne, parce que, fondamentalement, un master numérique peut être diffusé n'importe comment, il n'est pas exclusif à la salle ou à la TV. Bon, alors certes, toutes les copies numériques n'ont pas les mêmes qualités.

L'autre point, c'est : quel type de rapport au public ? Là, c'est clair, que c'est pas la même chose si c'est Internet, si c'est diffusé en DVD... »⁷⁰¹

Et toute la question consiste en la manière dont on propose des formules qui rendent compte des connaissances transmédias des spectateurs sans pour autant jouer sur une approche « formelle » (adialectique) de la notion de *spectacle*. C'est, à ce titre, peut-être la problématique fondamentale à laquelle se confronte cette association. C'est précisément ce qui a été pointé, lorsque nous évoquions les diffusions d'opéras filmés :

« ces projections sont très intéressantes à Laval. Ils ont un public captif : c'est tous les notables de la ville, les amateurs d'opéra qui, avant devaient aller à Nantes ou à Paris. C'est du dernier chic d'y aller. C'est assez hallucinant : ça coute les yeux de la tête, ils boivent leur coupe de champagne à l'entracte,

⁷⁰¹ *ibid.*

ils se sont recrée leurs soirées mondaines...et là dessus le Cinéville a bien joué puisque ça vise un public peut-être limité, mais qui est prêt à dépenser beaucoup d'argent »⁷⁰².

Il s'agit là précisément d'une « logique de frange » qui ne consacre pas du tout l'expérience cinématographique, ni même certainement le lieu, puisque l'établissement ne fait que prendre en charge temporairement des *habitus* d'un autre lieu culturel. La stratégie consiste précisément à voir ce qui est offert au niveau esthétique et positionner la salle de cinéma et sa fonction au niveau de ces esthétiques. Le cinéma se caractérise ici moins par la nature stricte (historiquement déterminée) de son dispositif que par la logique de son spectacle (de l'articulation de ce dispositif à des problématiques symboliques). Autrement dit, ce qui importe, c'est de renouer avec l'objectif initial, à savoir donner du sens à une séance de cinéma, travailler sur la transversalité des publics – cette fois-ci en intégrant la transversalité des usages :

« Inversement, regardons quels sont les films qui se font aujourd'hui, regardons dans les festivals : et les films qui méritent d'être diffusés sont parfois sur des formats et des supports très variés, notamment des films faits sur des portables. D'ailleurs, nous nous sommes confrontés à la question radicale : est-ce toujours très important qu'il y ait des salles de cinéma ? Mais vu que nous défendons le cinéma, et pas seulement les films, l'affaire est entendue

*(...) Arrivé sur ce genre de problème, c'est vraiment au niveau de la production qu'il faut commencer à réfléchir. Il y a toutes sorte de films qui se produisent : des films pour le cinéma, des films pour le musée, des films pour Internet... Puisque je suis un militant de territoire, et que j'aime donc que les salles soient des lieux de vie, de rendez-vous, de citoyenneté, la question qui se pose à moi c'est peut-être plutôt de travailler pour le lieu. Je pense par exemple que si on projette un film comme *the artist*, qui est un hommage au muet, il me semble important de projeter des films muets en complément. Ça pourrait très bien être dans un petit lieu où, après la séance, l'on pourrait aller voir une série de films muets ; d'ailleurs, on pourrait très bien la faire marcher à travers un système de V.O.D.*

Il y a même des possibilités avec les ateliers de création et d'initiation. Par expérience, on voyait que la projection des films faits par les jeunes des ateliers sublimait leurs films. On ne doit pas se concentrer que sur le principe de projection 2K. Et c'est sur tout ça qu'on peut travailler une différence dans le secteur art et essai »⁷⁰³.

Nous comprenons qu'il s'agit ici de tout un raisonnement qui part du principe élémentaire « cinéma, lieu de vie », problématisant ainsi les dispositifs en relation dialectique

⁷⁰² *ibid.*

⁷⁰³ *ibid.*

avec les problématiques de la sociabilité. Les analyses, les stratégies sont avant tout orientées par la recherche de sociabilité et d'expérience esthétique au sein de l'établissement. C'est la définition même de « ce qui fait cinéma » qui est problématisé par le numérique et la réponse à ce problème implique l'ensemble de la filière, et non pas seulement les usages des spectateurs. Il y a une multiplication des formats et des esthétiques cinématographiques, le travail de la salle ne consiste pas seulement à les programmer et à les diffuser ; elle consiste aussi à les *éditorialiser*. Autrement dit, là où le *Cinéville* vise à capter de nouveaux publics en offrant des usages issus d'autres spectacle (voire de pratiques radicalement autres comme en accueillant des séminaires, etc.), là où beaucoup de salles définissent leur action à partir d'instances administratives, *Atmosphère 53* vise à maintenir à la fois la clôture de l'objet et du spectacle, tout en offrant une relative ouverture (sur d'autres films, sur d'autres pratiques, sur des liens intermédiaires...). L'on trouve ici une inspiration des modes d'exposition des grands musées – par exemple Beaubourg qui propose parfois des films en parallèle d'une exposition -, sans pour autant contredire la logique historique du mode cinématographique. L'on trouve ici une perspective assez proche des séances programmes, mais ici ventilées non plus sur la durée d'une séance, mais sur l'organisation spatiale de l'établissement.

L'on peut évidemment circonscire les propos de M. Glémain, notamment en rappelant que cela ne fait que très peu de temps que l'association est directement gérante de salles. De fait, l'association ne s'est donc pas confrontée directement aux problématiques financières des salles de cinéma. De même, nous pouvons critiquer le caractère « utopique » de cette proposition. Il est cependant intéressant de prendre en compte la logique du processus telle que progressivement conçue par cette association et, surtout, de voir les possibilités stratégiques que permettent les associations (versus le « joindre les deux bouts » des exploitations isolées).

Les propositions de *L'Alhambra* s'inscrivent déjà dans un contexte bien différent. Ce qui engage une approche problématique relativement spécifique. En effet, il s'agit d'un établissement monosalle rénové par la Municipalité de Marseille et qui est la seule à couvrir deux arrondissements qui ont, par ailleurs, la réputation d'être « difficiles » (il s'agit des Quartiers Nords).

C'est dans ce contexte particulier, où la salle est à la fois une salle dans une grande métropole, mais isolée, que les actions et réflexions de l'exploitant sont engagés. C'est précisément cet « isolement » qui conduit la salle à insister sur les rituels de salle et sur les problématiques de

sociabilité. Il s'agit, déjà, de reconnaître les individualités malgré le fait que le spectacle soit collectif :

« Les cinéastes font des films pour que les gens les regardent et c'est à travers ces films-là qu'ils s'expriment et qu'ils font vivre une expérience qui va bien au-delà de la question du message et du sens, du cadrage, etc. Si vous avez 50 personnes dans une salle, personne ne voit le même film. C'est un peu le but du jeu. (...)

Pour nous, ici, la part importante de notre travail consiste à accueillir des enfants dans le cadre scolaire. Et nous on se bat pour maintenir tout ce qui renforce la dimension symbolique et rituelle de la venue au cinéma :

- - distribuer un ticket de cinéma à CHACUN – même s'ils sont 120, on les distribue tous et un à un, quitte à prendre un long moment pour le faire ;
- - ticket qui est ensuite déchiré par le projectionniste en bas des escaliers – donc il y a déjà deux contacts humains avant le début de la séance - ;

dans la salle, il y a un rideau qui ferme l'écran et qui ne s'ouvre que pour la séance »⁷⁰⁴.

Ce sont ici des signes, que l'exploitant juge comme importants, pour marquer le caractère hétérotopique du cinéma. Le décor du cinéma et de la salle ont d'ailleurs été rénovés dans le respect scrupuleux de l'architecture initiale de l'établissement qui était un beau cinéma – certes pas un « ciné palace », mais une salle de quartier élégante et non vétuste.

Ce qui est important de souligner ici, c'est que la reprise de l'architecture et des anciens rituels (notamment le rideau devant l'écran) ne sont pas purement de forme, mais sont exploités dans une logique très précise :

« Pour nous, c'est absolument déterminant et fondamental de maintenir tout ça parce qu'il nous semble que si on ne maintient pas ces symboles, on casse quelque chose de ce qui se joue quand on vient au cinéma. Et ce qui se joue quand on va au cinéma, c'est qu'on va voir un film, c'est-à-dire quelque chose qui a un début et une fin ; on va voir quelque chose qui n'existe pas en tant que tel, plus précisément qui n'a pas d'existence matérielle. D'ailleurs, avant toute esthétique, il faut bien penser à ce côté surnaturel du cinéma, qui n'existe que dans la projection, qui veut que les gens que l'on voit sur l'écran existent ailleurs mais on n'en connaît que les images... Bref. Réaffirmer ça en permanence nous semble très important. Et, par exemple, il existe une logique dans l'exploitation qui cherche le plus possible à enlever tout ça pour des raisons de temps, de dématérialisation des tickets, etc. Mais je pense qu'il ne faut pas aller trop loin là dedans parce qu'on risque de perdre quelque chose »⁷⁰⁵.

⁷⁰⁴ cf Annexe 14 : « entretien avec William Benedetto, responsable du cinéma *L'Alhambra* », p.892

⁷⁰⁵ *ibid.*

Le travail de cet établissement est avant tout un travail de lien, de médiation et ne se caractérise pas par une programmation spécifique. C'est précisément le cinéma comme lieu de sociabilité et d'expériences diverses sur lequel insiste l'exploitant :

« Notre préoccupation est donc de savoir ce qu'on est, de savoir ce qu'est notre boulot finalement. (...)Par exemple, si on réfléchit un peu, la seule innovation majeure qui s'est passée ces 15 dernières années, c'est l'arrivée des multiplexes. Mais l'arrivée des multiplexes, au-delà des effets de concentration et autres, c'est une vraie pensée du cinéma et de la façon de construire un équipement pour satisfaire le public. L'Art & Essai n'a pas de modèle. L'Art & Essai a toujours été pensé – et Utopia ne déroge pas à la règle – en termes d'adaptation à un lieu. On est porteurs au niveau des choix de programmation, mais pas au niveau de l'équipement ; on parle des films, mais on ne pense pas aux conditions dans lesquelles on les montre »⁷⁰⁶

Le cinéma insiste donc sur les rituels cinématographiques, sur l'égale importance du « fait cinématographique » avec le « fait filmique ». C'est là la base même de la mission que cet établissement s'est donné dans les dispositifs de projection scolaire, et en dehors de ces dispositifs : il s'agit de souligner la singularité d'un lieu, pour créer des conditions valables de spectacles.

Évidemment, les problématiques métiers de l'exploitation ne se résument pas à créer de bonnes conditions de spectacle ; la part de la programmation est absolument capitale. Elle fait partie de l'identité de la salle : identité administrative (la salle peut-elle être estampillée « art et essai » ou non), mais aussi dans le rapport au public. À ce titre, le positionnement de cette salle est radical : d'une part, il s'agit de faire en sorte qu'il y ait une continuité entre les dispositifs scolaires et les projections « ordinaires » ; d'autre part, prendre une position risquée qui évite les « dérives » des autres salles, y compris *art et essai*.

En effet,

« Certes on choisit des films, mais, quelque part on a une programmation généraliste puisqu'on passe autant les grands succès que des films Art&Essai et de courts. (...)

Alors je diffuse des films Art & Essai et, en même temps, je sais que quand je vais diffuser Twilight 2, je vais avoir 150 collégiens d'à-côté qui vont venir le voir ici, deux mois après sa sortie – parce que je n'arrive pas à avoir ces types de films à leur sortie – et c'est absolument vital de le maintenir, de mon point de vue, de permettre à ce public-là de voir ce type de film dans notre salle...

Avec ces rituels, dans une salle où ils vont, par ailleurs, revenir deux mois plus tard avec leurs classes pour voir Bashou le petit étranger, un film iranien sous-titré dont ils vont dire que le film est un peu chiant, qu'ils comprennent pas... C'est important qu'ils voient tout ça au même endroit, avec les

⁷⁰⁶ *ibid.*

mêmes personnes à l'accueil et le même dispositif. Ca permet de brouiller un peu les pistes, de ne pas hiérarchiser les choses et de faire émerger cette complexité. »⁷⁰⁷

Il s'agit, en quelque sorte, de travailler la confiance du spectateur – en créant un échange symbolique -, de montrer différentes « facettes » du cinéma, des films qui s'inscrivent dans des logiques diverses, tout en assurant une unité par la salle. C'est ce principe qui, aux yeux de Benedetto, a été oublié, y compris par les salles « art et essai » :

« La scénographie est une question importante et qui a été mise de côté par l'Art & Essai au profit de la question « comment avoir le plus de salles possible avec mon espace pour donner le plus à manger pour mon public ? ». C'est une pratique de cinéma qui, à termes, n'a rien de différent avec celle des multiplexes. C'est pas parce qu'on 8 écrans qu'on doit diffuser le plus de films possibles et faire un maximum d'entrées »⁷⁰⁸.

Et, en deçà de la question de la scénographie, c'est l'identité même du lieu qui perd de son sens :

« Mais le parti-pris de le réhabiliter, dans le début des années 1990, en mono-salle a été jugé par plein d'autres comme une folie (déjà). Mais, finalement, le fait de n'avoir qu'une seule salle nous force à vraiment faire des choix ; aux Variétés et au César, ils ne font pas de choix (24 films par semaine ; ils pourraient en avoir plus si il n'y avait pas tant de rapports conflictuels avec les distributeurs). Un cinéma doit faire des choix ; sinon les films sont flingués. Sans compter qu'aux Variétés, les salles 3 et 4 sont ridicules et ne devraient pas exister. Bref, à termes, diffuser des films dans ces conditions là, c'est néfaste. À un moment, ça se paie, on ne peut pas regarder des films dans ces conditions-là »⁷⁰⁹.

Il y a donc un positionnement qui apparaît comme relativement précis : il s'agit de consacrer l'espace du spectaculaire et d'offrir un cadre culturel au public. Le problème est que l'action est particulièrement ciblée sur un public spécifique : le jeune public. Et tout le travail de médiation ne prend véritablement de sens qu'au niveau de ce public. À la décharge de cette salle, il faut souligner la surcharge de travail qu'implique ce dispositif dans un tel cadre : en effet, il y a bien peu de salles à Marseille qui le prennent en charge ; du coup, *L'Alhambra* est mobilisé toute la semaine sans pour autant satisfaire l'ensemble des demandes.

Il n'en demeure pas moins qu'il y a toujours une sorte de « chaînon manquant » dans la logique de programmation et de médiation : il y a certes, des films tout public diffusés, mais ils visent principalement le jeune public, le reste de la programmation est déjà plus proche de « l'art et essai découverte », c'est-à-dire qu'il implique une relative cinéphilie (au sens

⁷⁰⁷ *ibid.*

⁷⁰⁸ *ibid.*

⁷⁰⁹ *ibid.*

classique) de la part du public adulte. Cela n'empêche certes pas de « belles rencontres » qu'évoque avec un plaisir manifeste Benedetto. Ce « chaînon manquant » se retrouve dans le discours qui, parfois, tend vers une approche complaisante des séances de multiplexes et, d'autre part, surdétermine la dimension critique du jeune public :

« En bref, nous est persuadés de ça, on est des militants de ces questions là qui ont effectivement un peu tendance à être mises de côté. Et pas que par des universitaires : la plupart des critiques de cinéma ne voient les films qu'en projection presse et jamais le film avec un public. Moi, j'ai assisté à des séances dans des multiplexes avec un public populaire et quand vous sortez de la séance, on me demande si le film m'a plu ou pas, je réponds que j'en sais rien et que la seule chose que j'ai vu, c'est une séance vivante, où ça réagit, où il se passe quelque chose. Le film, il est bien ou pas bien, pffff, peu importe, mais je sais que les gens se l'approprient et qu'il se passe quelque chose pendant le moment de la séance. (...)

Si, après, les enseignants veulent travailler sur tel ou tel aspect, pas de problème ; il faut juste garder en tête que, par ailleurs, il s'est passé pleins de choses et dont on n'a pas besoin de prendre en compte absolument. Par exemple, quand les enfants vont voir Kirikou et la sorcière, c'est quoi ? ça se passe en Afrique, etc. Mais c'est un film révolutionnaire. Pourquoi ? Parce qu'il raconte l'histoire d'un gamin qui, à peine né, dit « je ne suis pas d'accord, je veux comprendre et je ne laisserai pas les choses en l'état », il se fout de la tradition et tout le film raconte l'histoire de ce petit bonhomme qui se met en barrage de tout pour la seule raison qu'il veut comprendre et ne pas laisser les choses en l'état. Ça, je l'ai compris qu'en regardant le film avec mon fils de 6ans, qui m'a dit, « mais papa, Kirikou, il a raison de désobéir ». J'ai compris ce que c'était que Kirikou »⁷¹⁰.

Comme si l'infantilisation de l'adulte contribuait à l'esthétique « pleine »... De même, sa compréhension de *Kirikou*, suite à la conversation, reste sa compréhension, la compréhension d'un adulte, qui a des dispositions critiques, là où l'enfant ne fait encore que réagir à l'ordre narratif du film. Et, à ce titre, l'établissement laisse de grandes marges de manœuvres aux enseignants, tout en pariant et en espérant une sensibilisation du jeune public.

C'est dire l'impact de l'environnement qui conduit nécessairement à justifier une démarche propre à *l'aïsthésis* et au renforcement du premier caractère du sémiotique – la subjectivation du spectateur – en y inscrivant, malgré soi, le deuxième caractère, la disposition critique. « Malgré soi », parce que la salle ne travaille pas sur ce point. Mais peut-être n'est-ce plus là sa mission ?

Il ne s'agit pas ici de faire un procès d'intention – puisque, par ailleurs, nous soutenons et défendons la démarche de ce cinéma. Il s'agit, rappelons-le, d'illustrer l'impact

⁷¹⁰ *ibid.*

des normes dans le discours et la rationalisation des exploitants selon le cadre dans lequel ils s'inscrivent. Par là même, il s'agit d'insister sur les difficultés procédurales qu'impliquent les grandes agglomérations. Les stratégies gagnent en pertinence lorsqu'elles sont ciblées – ce que fait précisément *L'Alhambra* ; lorsque l'on vise à étendre la frange de public, l'on tend très vite à confondre les enjeux et à apposer au public la norme d'un autre.

C'est précisément l'exemple inverse que l'on retrouve en centre-ville de Marseille avec l'association *Fotokino*. La « promesse » de l'association (comme on parle de la « promesse » d'une entreprise, c'est-à-dire la logique de son service) se manifeste particulièrement dans l'événement *Lanterna Magika* que Nathalie Guimard explique de la manière suivante :

« C'est vrai qu'au tout début, ce qui m'a animé était plutôt un festival de cinéma axé sur les enfants et puis, e allant voir les partenaires potentiels (parce qu'il paraissait évident que c'est un truc qui devait être fait à plusieurs) – L'Alhambra, l'association TILT...-, j'ai rapidement senti une réserve de leur part, parce que je semblais me positionner en concurrente, alors que je proposais de faire des choses ensemble. (...)Je me suis dit après-coup que la programmation de cinéma, ils le font eux aussi et qu'ils ont pas forcément envie qu'on fasse pareil qu'eux. Et puis, moi, je n'ai peut-être pas envie que de ça. J'ai envie aussi de partager le plaisir des livres dits « de jeunesse » ; on aime aussi beaucoup la photographie et l'art contemporain. Alors pourquoi pas faire un lien avec tout ça, plutôt que de se limiter à une discipline ?

Donc Lanterna Magika est né de ça. (...)Depuis le début, on voulait transmettre à des enfants, et peut-être plus encore à des adultes, une certaine part d'imaginaire (qu'on oublie un peu avec les années) »⁷¹¹.

Par son contenu thématique et par la programmation de film, l'association a d'abord travaillé à partir des marges du cinéma. En effet, dès le début, l'événement a été relayé par différents partenaires, sur différents sites : cinéma *Le miroir*, cinéma *Les Variétés*, Bibliothèque Municipale à Vocation Régionale, Librairies... La réussite de l'événement a conduit à le reproduire annuellement et à capter, par le biais d'autres partenariats, d'autres publics :

« Doucement, mais sûrement, on s'est ouvert sur les publics : tout public, mais aussi les écoles, les associations, les centres sociaux... Parce que c'est pas évident d'installer ce type de programme : il y a ceux qui sont curieux et qui viennent tout de suite voir ce que c'est, et puis, il y en a qui peuvent passer à côté de ça toute leur vie »⁷¹².

⁷¹¹ Annexe 13 : « Entretien avec Nathalie Guimard, coprésidente de l'association *Fotokino* », p.880

⁷¹² *ibid.*

Cependant, la mission n'étant pas clairement définie, l'impact des partenaires conduit à une perception et à une identification de l'événement qui ne correspond pas précisément à la « promesse », au désir initial de l'équipe :

« Bref, depuis le début, on travaille avec plusieurs partenaires, dans plusieurs lieux, sur plusieurs disciplines. Au début, avec ces disciplines, il était difficile de nous définir ; maintenant, c'est un peu plus facile, parce que les disciplines se confondent, il y a moins de frontière. Maintenant, ce qui est difficile tout de même pour nous, c'est que, vu qu'on programme beaucoup pour les enfants, on est vite catalogués comme centrés sur la jeunesse. On en est là, à l'aune de la 7ème édition de Lanterna Magika. »⁷¹³

Nous comprenons bien qu'il ne s'agit pas seulement d'une association de défense du cinéma ; il s'agit d'une association qui vise la diffusion et la médiation de différentes formes d'imaginaires. Il s'agit, de fait, d'un projet extrêmement audacieux et qui implique une grande maîtrise des logiques de médiations spécifiques à chaque dispositif exploité.

Or, dans la suite de l'entretien, il apparaît que cet aspect problématique n'est pas clairement circonscrit par l'association, qui semble immédiatement viser une grande diffusion de l'imaginaire sans prendre en compte tout de suite les logiques de médiation. Cela s'est particulièrement manifesté dans les premiers pas d'une autre activité qu'elle a créée : le *Petit Cinéma*, dont l'objectif était de diffuser mensuellement des films art et essai jeune public en centre ville :

« On a créé, en 2005, le Petit cinéma avec ses séances mensuelles au cinéma Les Variétés, parce qu'il est partenaire et, surtout, parce qu'il est central. Alors, ça a pas tout de suite été suivi de manière évidente, mais, maintenant, ça marche très bien. Enfin, ça marche surtout quand on programme pour les tout petits

(...) c'est très simple, et ça m'agace un peu, c'est dès qu'on prend un peu de risque, le public ne suit pas. Si on passe des films du monde, du cinéma africain, en VOST, qu'on propose à partir de 7 ans, parce qu'il faut déjà savoir un peu lire, ça ne marche pas, il y a beaucoup moins de monde, c'est évident. Inversement, les films pour les 2-3 ans, la salle est pleine ; ça nous arrive de refuser du monde dans notre salle à 250 places. Alors que, pour les films à partir de 7 ans, on n'a que 20 personnes dans la salle. Mais c'est aussi à ça que servent les dispositifs scolaires du cinéma : pour que les jeunes aillent voir des films qu'ils n'iraient pas voir d'eux-mêmes. Alors que nous sommes hors temps scolaire, et peut-être en concurrence avec les activités parascolaires et sportives. Mais c'est

⁷¹³ *ibid.*

pas grave. C'était une petite déception au début et puis, on s'y est fait. C'est dans l'air du temps quoi... »⁷¹⁴.

C'est, en quelque sorte, le parcours inverse que celui d'*Atmosphère 53*, et dont les « mauvaises expériences » sont précisément le fruit *d'a priori* spécifiques d'une approche qui se consacre avant à la dimension critique du spectateur et qui occulte les préambules esthétiques et sémiotiques pourtant déterminants. L'association se donne comme mission de diffuser l'imaginaire, en espérant que le spectateur soit tôt ou tard « critique » :

« Si nous choisissons tel ou tel film, c'est parce qu'il montre des ouvertures vers d'autres mondes. Qui rendent les spectateurs un tout petit peu acteurs ; qui les stimulent. Et pas que les enfants, les adultes aussi sont parfois bouleversés parce qu'on leur donne pas des trucs prémachés. C'est souvent des univers plus poétique, pour résumer, et qui laissent plus de place au spectateur pour qu'il puisse interpréter lui-même »⁷¹⁵.

Noble mission s'il en est, puisqu'il s'agit précisément de viser ce que, par ailleurs, nous avons qualifier « d'esthétique pleine ». Mais il y a là une nette séparation entre les logiques de l'imaginaire et celles du symbolique ; il n'y a pas de travail sur *l'aisthesis* et sur la subjectivation du spectateur. Ces dimensions sont totalement occultées, l'échec de certaines programmations étant expliquées non pas par un problème de processus de médiation, mais par une sorte de *ZeitGeist*. Malgré elle, Nathalie Guimard ici rend compte de *l'illusio* propre à de nombreuses associations et à de nombreuses salles « art et essai » qui visent un objectif sans s'en donner les moyens et qui chargent le public des échecs. Les stratégies ont été élaborées à partir d'une norme spécifique, qui ne rend pas compte de tout ce qu'engage cette norme.

Cet « effet de réel » de l'échec de certaines séances et de l'expérience particulièrement déplaisante d'enfants qui sont sortis en pleurant d'une séance du *Voleur de Bagdad* en V.O. a cependant conduit l'association à travailler plus précisément la médiation :

« Depuis 2006, on programme aussi sur le festival documentaire, également au théâtre du Merlan. Au-delà du cinéma, on est amenés à faire beaucoup d'ateliers, faire des croisements du cinéma et de la littérature jeunesse, mais aussi des ateliers portant sur les images animées, au retour aux sources du cinéma, la magie du cinéma d'animation. C'est important de partager avec les enfants, mais aussi avec les adultes, cette magie de l'image animée, quoi. C'est à la portée de tous et ça permet de comprendre un peu mieux cette poésie de l'image »⁷¹⁶.

⁷¹⁴ *ibid.*

⁷¹⁵ *ibid.*

⁷¹⁶ *ibid.*

L'association « engage » donc le spectateur dans un processus de médiation qui permette de comprendre les logiques de la « poétique » cinématographique. En invitant notamment le jeune public à créer des images et à découvrir des techniques cinématographiques, dans le cadre des ateliers, leur attention sur le film est alors plus prononcée. L'on peut voir ici une conception pédagogique alternative – inspirée de Dewey – particulièrement intéressante. Cependant, très vite, nous comprenons qu la logique de médiation vise presque exclusivement le jeune public et laisse encore un « chaînon manquant » avec le public adulte. Cela est d'autant plus manifeste que le cinéma alors défendu n'est qu'une forme marginale du panorama de l'esthétique cinématographique.

« Moi : Mais vos exemples, la manière dont vous présentez le cinéma est dans l'esprit du cinéma artisanal. Vous faites cette entrée dans le cinéma parce que cela correspond à la logique des origines du cinéma ?

NG : Oui oui. On se sert néanmoins d'outils informatiques : cela permet de faire plus rapidement des montages, travailler aussi le son – car le son est très important pour nous et fait beaucoup d'effet -. Mais dès qu'il est question de montage complexe, avec l'intégration d'effets spéciaux, ça ça nous intéresse pas. Nous, c'est vraiment image par image ; j'aime beaucoup aussi les actions directes comme le grattage sur la pellicule.

Moi : Si je comprends bien : vous travaillez moins à partager le panorama du cinéma, tout ce que pourrait être le cinéma, que vous travaillez finalement en profondeur une des dimensions du cinéma.

NG : C'est vrai qu'on montre plus des films faits par des artisans de l'image ; même si ça n'empêche pas qu'on montre aussi des films faits avec des techniques plus modernes. Ce qui essentiel, c'est qu'il y ait une dimension auteur derrière. L'artisanat est plus clairement l'univers d'un auteur »⁷¹⁷.

Progressivement, donc, le public a été ciblé : le jeune public. De même, l'objectif s'est progressivement transformé : l'on passe d'un registre « critique » à une visée plus modeste, mais par ailleurs nécessaire, de donner une identité au spectateur et à l'inviter à une attention, voire à une bienveillance, au film. À ce titre, le processus que Nathalie Guimard propose lorsqu'elle doit faire une médiation pour des classes est particulièrement intéressant :

« Moi : En gros, votre conception de la médiation, c'est plus d'intriguer les gens que d'expliquer ?

NG : Oui, on ne fait pas comme les dispositifs scolaires. Je n'ai rien contre ça, mais simplement ça ne me ressemble pas. Ça m'arrive de le faire parfois, quand on me le demande. Par exemple, à L'Alcazar (note : Grande bibliothèque à vocation régionale, en centre ville à Marseille), on m'invite à présenter un film et à animer un débat ensuite. Mais ça me met assez mal à l'aise, donc je le fais à ma façon. Par exemple, le film U de Grégoire Solotareff, que j'ai montré à des collégiens à l'Alcazar : je faisais

⁷¹⁷ *ibid.*

des liens avec les livres de Solotareff, de voir ses références aux contes, d'expliquer comment il a fait ce film... Je faisais plus un lien avec d'autres pratiques, qu'une analyse psychologique. Pas d'analyse purement technique, comme j'ai pu en faire à la fac ; beaucoup plus des clefs pour essayer de comprendre ce qui se passe dans la tête de quelqu'un pour créer un film. Et, dans notre association, on est convaincus que le meilleur moyen de comprendre ça, c'est d'inciter les spectateurs d'essayer à leur tour. C'est donc surtout via le plaisir que je travaille. Spontané. Afin qu'on laisse un peu tomber les préjugés, qu'on laisse tomber un peu tomber les blocages liés au comportement exigé par la société. Il y a des ateliers où on déchire, où on gribouille...

Moi : Mais un dialogue s'instaure-t-il vraiment ? Le jeune public laisse-t-il une place, une attention, une confiance au film – surtout s'il est étrange - ? Ou bien la question du goût, du j'aime / j'aime pas, n'est-elle pas devenue une barrière de plus en plus difficile à franchir ? Comment on débloque ça ? C'est intéressant, ça.

NG : Bah, sans leur imposer déjà. Faut se mettre à leur place aussi. Moi, j'essaie toujours de me mettre à leur place. Pour un collégien, c'est normal de se mettre un peu en rejet ; surtout à partir de la quatrième. Avant, ils sont en général plus dociles et surtout plus spontanément dans l'imaginaire. Pour les quatrièmes, c'est presque naturel d'être en opposition. Après, à partir de 12 ans, il y a une difficulté à exprimer un avis personnel ; dès qu'il y en a un qui critique, les autres se mettent à critiquer. Bon, et puis on peut avoir des retours tardivement. Ce que je remarque, c'est que, plus ils grandissent, et plus ils sont déstabilisés par les films différents ; ils ont besoin d'être rassurés. Alors, ça peut paraître extrême, mais au début, je faisais exprès de présenter des films qui n'allaient pas aider. Pas forcément des films choquants. Mais des films qui vont à l'encontre de nos habitudes. Et ce sont d'ailleurs des films plus difficiles à accompagner de la part de l'enseignant parce que, précisément, tout n'y est pas évident. Au contraire, ça laisse beaucoup de place, encore une fois, à l'interprétation personnelle. Mais ça, c'est engagé dans un processus où, après, on va leur raconter l'histoire du film d'animation, leur montrer des techniques qui leur permettra ensuite de créer. Et tout cela qui nous permet d'expliquer notre vision des choses »⁷¹⁸.

Nous postulons que l'efficacité de cette médiation s'explique aussi par le biais des rencontres avec ce public, hors du cadre strict de la salle de cinéma. Le dialogue, qui participe du schéma de reconnaissance et de relation symbolique, se fait, effectivement plusieurs semaines après la séance, dans les salles de classe. Autrement dit, il s'agit aussi de valoriser, de travailler sur le *point de vue* des jeunes spectateurs – et, ce faisant, de montrer la spécificité du temps de la sociabilité et du temps de la fiction.

Ce travail s'est avéré efficace en dehors de la salle parce que nous pensons que le principal cinéma partenaire n'offre, quant à lui, absolument pas les dispositifs et les dispositions pour

⁷¹⁸ *ibid.*

un pareil échange. En effet, pour mémoire, il s'agit des *Variétés*, qui a été choisi pour des raisons géographiques, mais dont les qualités de médiation sont relativement médiocres (il suffit, à ce titre, de relire ce qu'en dit William Benedetto). Du reste, l'on peine à envisager que ce public, bien que sensibilisé par les médiations, retournerait dans cette salle de cinéma. C'est pourquoi nous considérons que la défense d'un « cinéma exigeant » reste une forme d'idéologie qui est problématique : il y a toujours une dimension relativement utopique dans cette volonté. « Utopique » parce que illusoire et éphémère ; utopique aussi, et surtout, parce qu'elle n'a pas de « lieu » apprécié.

En effet, le principal travail de médiation se fait finalement en dehors du cinéma, et il n'y a pas de passerelle avec le lieu de projection (ni de passerelle avec d'autres publics). Nous ne contestons pas ici la visée de défendre un cinéma de qualité, mais bien le processus. Et plus le lieu (géographique) du discours s'inscrit dans un espace de haute visibilité (grandes villes, métropoles, centre ville) et plus il reste dans un caractère utopique, occultant la majeure partie des éléments de médiation. Il en résulte parfois des réussites, mais aucun moyen d'assurer une pérennité des effets de la médiation.

La perception et la définition du problème changent selon l'espace – la puissance sociale et les activités sociales propres à cet espace. À ce titre, le parcours de Frederic Borgia est assez éclairant. Débutant à Dunkerque, sa mission était avant tout une mission d'animation culturelle :

« Il faut déjà cadrer l'environnement : mon travail était à Dunkerque, dans un environnement social peu évident. Il s'agissait déjà de faire découvrir le cinéma en salle. En parallèle, je faisais développer un projet éducatif dans l'année scolaire avec, systématiquement, une intervention en classe après le film. École ou collège, le principe était le même : il s'agissait de les faire parler du film et de leur montrer d'autres œuvres que celles qu'ils peuvent voir à la télévision, de leur montrer des choses qu'ils ne pourraient autrement jamais voir.

Le directeur du cinéma étant parti à la retraite, j'ai repris ses fonctions. J'ai poursuivi ce travail de découverte pour qu'à Dunkerque, il y ait aussi un cinéma art & essai classé recherche. Cela n'est pas seulement un travail de programmation : il ne s'agit pas que de diffuser des films peu vus ; il s'agissait aussi d'animer la salle. L'animation était quelque chose d'essentiel : il s'agissait par exemple de faire une soirée par mois consacrée au cinéma documentaire, ou faire une journée court-métrages, développer des ateliers, faire des conférences... »⁷¹⁹.

⁷¹⁹ cf Annexe 9 : « Entretien avec Frederic Borgia, responsable de l'association *Cinéma 93* », p.837

Autrement dit, il s'agissait de défendre le cinéma comme « lieu de vie », ce qui impliquait d'intervenir directement auprès du public et, surtout, auprès de tous les publics.

« Directement » et « tous publics » ; parce que, bien souvent, les salles ne joignent pas ces deux principes. Si *L'Alhambra* propose des choses extrêmement intéressantes pour tous les publics, la médiation auprès du public adulte passe plutôt à travers la revue bimensuelle du cinéma, qui propose à la fois la programmation à venir (et leurs horaires), des « retours d'expériences » des ateliers, des entretiens et des réflexions sur le cinéma. Il s'agit déjà d'un travail très important et très significatif, mais nous voyons bien qu'il ne rejoint pas l'importance du rapport « analogique » direct⁷²⁰ (n'oublions pas cependant, l'importance que cette salle accorde aux rituels cinématographiques, et donc l'important travail déjà fait au niveau « analogique »).

L'exemple absolument opposé est celui des cinémas *Utopia*, qui, quant à eux, travaillent directement auprès du public, mais non seulement ne font pas un travail « tous publics », mais, en outre, excluent toute une frange du public de cinéma, en excluant toute une forme de cinéma pour des raisons esthétiques... voire morales ! Ce positionnement acritique et moraliste est d'ailleurs particulièrement visible sur le site Internet de l'association et, notamment, dans les réflexions offertes au public par le biais de U-blog.

Tout un monde sépare, par exemple, les réflexions sur la numérisation disponible sur le site d'*Atmosphère 53* et sur le site d'*Utopia*⁷²¹. Si les premiers mettent en ligne un colloque qui interroge les conditions de numérisation pour les salles rurales, et font des analyses critiques des enquêtes et propositions du CNC en vue d'un débat, les seconds rejettent définitivement la numérisation, en tant qu'incitation à la consommation rapide. Loin de permettre une autre conception de la programmation (discours que l'on retrouve chez Marc Van Mael – qui organise aussi des réflexions à travers « drôle d'endroit... » - , Antoine Glémain, Roland Smith...), la numérisation n'est qu'un abus de position dominante des Majors, qui permettrait l'entrée de tiers qui surchargeraient les coûts, et empêcherait la possibilité d'une cinéphilie :

⁷²⁰ L'école du Palo Alto a proposé un schéma d'analyse de la communication qui nous apparaît comme intéressante. Toute communication implique à la fois un rapport « analogique » et un rapport « digital » : le rapport « digital » est la transmission d'informations en tant que telle ; le rapport « analogique » est la construction et la « maintenance » du lien, de la relation entre les sujets qui échangent des informations. « L'analogique » implique notamment les accents, la gestualité, les postures et renseignent beaucoup sur la manière dont les sujets considèrent implicitement leur relation. D'où le célèbre slogan : « on ne peut pas ne pas communiquer ». Ces théories peuvent être jugées contestables et être critiquées ; elles ont cependant une portée importante dans la pratique des médiations sociales et familiales, ainsi qu'en entreprise, puisqu'elles permettent notamment de percevoir des problématiques implicites, camouflées derrière ce qui semble être des « évidences ».

⁷²¹ Nous en faisons référence dans la note n°608, le développement que nous faisons ne fait que compléter cette note.

« On imagine la mine d'or que cela représente pour de futés intermédiaires et autres tiers investisseurs qui imaginent mille et un systèmes pour profiter de la manne. Et les films, vous inquiétez vous ? Langlois, le père de la Cinémathèque Française, fouinait sur les marchés, dans les greniers, chez des collectionneurs, pour récupérer les films oubliés avant qu'ils ne disparaissent... Fini tout ce folklore romantique de l'auteur disparu puis ressuscité grâce à la passion d'un doux dingue : dans le meilleur des cas, la durée d'une copie numérique n'excédera pas dix ans et pire encore, les fichiers étant cryptés, on imagine combien il sera facile dans vingt, trente ans ou plus, si personne n'a pris soin de recopier tous les cinq ans des fichiers ad hoc, de classifier, de repérer, de retrouver les codes... et les oeuvres disparaîtront »⁷²².

Il convient notamment de donner quelques précisions sur le personnage de Langlois, dont la mythologie cinéphile a oublié les dérives. Langlois était certes un grand cinéphile, mais un très mauvais gestionnaire – c'est ce que lui a reproché Malraux – et, plus que tout, un terrible paranoïaque : il cachait et disséminait un grand nombre de bobines afin de ne pas se les faire voler ; du coup, suite à son décès, des centaines de bobines de films, appartenant pourtant à La Cinémathèque Française, n'ont jamais été retrouvées. De plus, si Antoine de Baecque raconte avec nostalgie l'émergence de la cinéphilie à la Cinémathèque, il tend à occulter les rituels qui avaient lieu en son sein et notamment les hiérarchies internes entre spectateurs, qui s'exprimaient à travers des places implicitement données. Nous sommes dès lors bien loin de l'idéal de démocratisation du cinéma et, surtout, bien loin d'une réelle logique d'archivage et de patrimoine !

Ce cinéma lutte contre l'Autre, contre le Système et n'offre pas de proposition :

« La réglementation mise en place menace d'exclusion ceux qui tenteraient de résister à la « norme choisie ». Pourquoi ne pas tenter des expériences ? Pourquoi ne pas imaginer au sein d'un même « complexe art et essai » des salles équipées à la norme et d'autres munies d'un équipement plus léger ? (...) Ne serait-ce pas le bon moment de s'interroger sur la possibilité de ne pas se coucher devant une poignée de majors américaines et de réfléchir à la possibilité de dépenser moins d'argent public, avec un meilleur résultat sur le plan de la culture et de la diffusion en profondeur des films... histoire de donner l'impression que ce n'est pas le marché qui a le final cut ? »⁷²³.

Cette conception du problème, que l'on retrouve dans les logiques de débat, est exemplaire de la conception du cinéma tel que défendu par ce réseau. Et, dans le prolongement de ce que l'on essaie d'illustrer, il est intéressant de voir que si *Atmosphère 53* tend à des problématiques localisées et ne s'étend que sur un département, *Utopia* a une approche bien

⁷²² UTOPIA, CINÉMA NUMÉRIQUE : cinéma de consommation rapide ?, disponible sur : <http://www.cinemas-utopia.org/U-blog/avignon/index.php?post/2011/06/22/CINÉMA-NUMÉRIQUE-%3A-cinéma-de-consommation-rapide>, consulté le 5 septembre 2011

⁷²³ *ibid.*

plus abstraite (moins « enracinée ») et le réseau couvre plusieurs régions : Saint-Ouen, Avignon, Toulouse...

C'est ce basculement qui rend le parcours et le discours de Frederic Borgia particulièrement intéressant pour nous. Il a, comme nous l'avons dit, débuté avec des problématiques locales très concrètes, une approche « pragmatique » visant l'animation culturelle. La suite de son parcours s'inscrit logiquement dans la poursuite de cette démarche :

« Après, j'ai changé pour prendre les fonctions que j'occupe aujourd'hui : responsable de l'association Cinéma 93. J'ai quitté la salle pour travailler sur un réseau de salles. Il s'agit plus précisément d'une association d'action culturelle : autrement dit, il ne s'agit pas simplement de faire circuler les films qui sortent, mais surtout de développer en commun différents projets »⁷²⁴.

Cependant, le contexte dans lequel il agit et réfléchit est particulier :

« Le Conseil laisse les mains libres pour ce qui est du contenu ; les seules pressions qu'il nous met est au niveau de la politique géographique et sur la couverture de l'ensemble du territoire. De même, si l'association est un réseau de salles, il faut qu'il touche la majeure partie des salles. (...)

Ce qui fait notre spécificité, c'est que le réseau est uniquement composé de cinémas publiques et ça, ça change tout, parce que n'intervient pas trop le critère du rendement. Faire un ciné-concerto avec des musiciens pour les tout petit, ça remplit au maximum 60 places... C'est vraiment une politique de l'action culturelle.

Pareil, notre programmation du festival ne va pas contribuer à faire exploser les chiffres du box office. C'est vraiment une politique culturelle qui est permise pour le Conseil. »⁷²⁵

Cela lui permet d'envisager la « promesse » d'une manière très particulière. La promesse de ce réseau se retrouve finalement dans la remarque suivante : *« Au risque de paraître prétentieux, disons que l'on essaie de « créer notre propre actualité »*. Reste à définir ce qu'il entend par « actualité » et, surtout, par ce « nous ». L'actualité comprend, dans son discours, à la fois une prise de position quant aux films et thématiques présentés, et une prise de position par rapport au rythme de rotation des films. C'est à ce titre que le « nous » devient ambigu : dans le premier cas, le « nous » concerne plus précisément les salles ; dans le deuxième, il comprend également le public dans la problématique.

En effet, il y a une radicalisation dans sa conception de *l'art et essai* ; s'il critique, comme le fait par exemple Antoine Glémain, les logiques administratives de cette catégorisation, il l'envisage du point de vue opposé :

⁷²⁴ cf entretien avec Frederic Borgia, Annexe 9

⁷²⁵ *ibid.*

« L'enjeu (NDR : l'enjeu du CNC) était d'uniformiser ce classement « art & essai ». Mais, dans la manière dont ils ont procédé, je pense qu'ils ont baissé le niveau : plus de salles sont classées, donc plus de salles sont financées, mais pas un réel développement de l'art & essai. La démocratisation a été une démocratisation des financements, pas de l'art & essai. Si dès qu'on passe Entre le murs de Laurent Cantet ou le dernier Almodovar, on est estampillé « art & essai », et on le fait, tout le monde le fait, qu'en est-il des films plus pointus ? On vous répondra souvent : « oh bah non, il suffit de passer Almodovar pour être art & essai, je vais pas me faire chier à passer un film plus dur et de devoir mettre plus de travail ». (...)

Simplement, l'art et essai porteur a été nettement plus diffusé que l'art et essai moins porteur. Il y a moins de pari sur les jeunes cinéastes. Ce qui est bête. Je rappelle qu'il y a 20 ans, Almodovar était diffusé dans peu de salles ; aujourd'hui, c'est un blockbuster qui passe longtemps dans les multiplexes. Tant mieux, qu'il soit, ça s'appelle aussi une démocratisation. Mais, les Almodovar d'aujourd'hui sont nettement moins bien diffusés. Et ce, notamment parce que les critères qui incitent les salles à passer des films plus difficiles sont moindres »⁷²⁶.

Cela nous permet de relativiser les conclusions du *Livre blanc des salles obscures*, réflexion d'Olivier Babeau commandée par la FNCF, qui y déclarait : parce que leur part de marché tend à atteindre la barre symbolique des 30% ; l'auteur conclut que « les films *Art et Essai* conservent une place significative dans le paysage cinématographique français »⁷²⁷. Encore faut-il voir les différences entre les films sous l'appellation générale d'art et essai. Ce que défend Borgia est plus précisément l'approche « art et essai recherche », qui, quant à lui, est minoritaire. De plus, lorsque l'on voit que près de 50% des films sont estampillés « art et essai », l'on peut tendre à circonscrire les propos de Babeau : 50% des films ne font que 30% de part de marché, ce qui est finalement assez peu.

L'actualité défendue par le réseau est donc une actualité art et essai relativement pointue – « exigeante » pour reprendre les expressions du milieu. Une telle pratique n'est permise que parce qu'il n'y a pas de réelle concurrence dans le département : en effet, il y a une cohabitation entre les salles art et essai de ce réseau et quelques multiplexes. Les salles du réseau doivent donc se distinguer par une programmation spécifique et des facilités d'accès à ces films, d'une part, au niveau de la politique tarifaire et, d'autre part, par des travaux d'animation. Mais cette approche rejoint l'autre versant problématique de la notion d'actualité, à savoir la grande rotation de films :

⁷²⁶ *ibid.*

⁷²⁷ Babeau O. *Le livre blanc des salles obscures...*, op.cit., p. 21

« Nous ne sommes donc pas véritablement dans l'actu'. Au contraire, on essaie progressivement de s'émanciper de l'actualité. La situation actuelle est mauvaise : il sort à peu près 15 films par semaines, et les salles ne cessent plus de montrer encore et toujours de nouveaux films. Elles montrent des films, et il n'y a plus de travail d'animation autour des films. L'association est là pour permettre aux salles de ralentir le jeu, ralentir le flux de diffusion qui devient totalement incohérent : les spectateurs ont beaucoup plus de choix, mais beaucoup moins de pouvoir et on les guide moins. Alors que ce dernier point nous semble indispensable : c'est la principale logique que nous défendons. (...)

On rencontre le gros problème des 15-25 ans qui vont nettement moins au cinéma. Car, si on arrête d'aller au cinéma à 15-25 ans, est-ce qu'on va y retourner après ? C'est pas sûr. Cela ne nous touche pas directement et immédiatement. Cependant, c'est ce public qui un jour sera le nôtre (ou, justement, pas le notre).

L'accélération de l'exploitation des films est à tous les niveaux de sa diffusion : avec le nouveau calendrier, il passe en V.O.D. au bout de 4 mois seulement ! Ce qui fait que l'approche de la sortie cinématographique change : il suffit d'attendre un tout petit peu si l'on est embêté à l'idée de payer 8 euros une séance. »

L'on rencontre là une problématique globale à tout le secteur : le changement des usages, la concurrence croissante des autres supports de diffusion et, notamment, la trop grande rotation de film que cela implique. Cependant, les commodités du secteur conduisent à envisager non pas une approche « pragmatique », où l'on vise d'abord à travailler un rapport de confiance entre le spectateur et la salle, qu'à une approche « essentialiste » où l'on vise avant tout à défendre une identité spécifique du réseau, identité qui n'est pas corrélative à celle du public, mais en fonction du champ cinématographique :

« FB : La semaine dernière, j'étais à Vesoul pour présenter l'association à des réseaux professionnels. Ces derniers étaient étonnés et ne pouvaient envisager une telle pratique chez eux car ils sont privés et doivent songer à boucler leurs comptes en fin d'année, donc une pression financière trop importante.

Moi : Mais donc vous êtes suffisamment en dehors du système d'actualité pour être protégés des multiplexes.

FB : Cela dépend. Nous ne sommes pas totalement en dehors et les exploitants souffrent de ne pas pouvoir avoir accès à certaines nouveautés avant trois voire quatre semaine de diffusions. Ce qui peut être vraiment embêtant dans le sens où la durée d'exploitation d'un film se calcule aujourd'hui en semaines alors qu'il y a encore 20 ans, cela se comptait en mois !

C'est parce que nous souffrons de cette tyrannie de l'immédiateté, aussi bien en tant qu'exploitants qu'en tant que spectateurs, que nous luttons contre et qu'on essaie de ralentir le rythme. (...)

C'est une sorte d'obligation, ne serait-ce que parce que c'est déterminant dans l'élaboration des futurs rapports avec les distributeurs (qui sont d'ailleurs ceux qui gagnent avec la numérisation).

Mais cela pose d'autres questions stratégiques et à tous les niveaux du secteurs. On a notamment peur que ça uniformise encore plus : par exemple, le dernier Harry Potter est sorti à 900 copies en France, pourquoi pas imaginer à 1200 copies bientôt, lorsque il y aura suffisamment de salles équipées en numériques pour que le distributeur multiplie les copies à moindre frais ? »

Et c'est donc en fonction des pratiques cinématographiques, telles qu'exploitées par le champ, plutôt qu'en fonction de la rencontre avec le public qui conduit l'association à envisager ses stratégies. Cela se retrouve précisément dans la (longue) citation suivante, où l'on voit sur quels principes implicites l'association reconsidère son travail d'animation. Leur travail s'établit sur trois axes : les actions de réseau, les actions éducatives et les actions d'aides à la création.

Pour ce qui est de l'action de réseau,

« pour donner un exemple, les semaines d'avant-premières, généralement au mois de septembre, en pleine rentrée cinématographique. Cependant, je pense qu'on va bientôt arrêter ce dispositif. Non pas parce que ça ne marche pas, mais parce qu'aujourd'hui, ça n'a plus le même sens ; peu de personne faisait des avant-première lorsque nous avons mis cela en place il y a 8 ans, alors qu'aujourd'hui, il s'agit d'une stratégie de base et surexploitée par les distributeurs. Autrement dit, cela n'a plus du tout le même sens qu'il a pu avoir pour nous. Avant, c'était un outil pour pointer un film, pour essayer de faire rencontrer son public. Aujourd'hui, il y en a tellement des avant-première...

On a essayé également d'établir une stratégie au niveau tarifaire : si quelqu'un est abonné dans une des salles, il l'est automatiquement dans toutes les salles du réseau et peut bénéficier de places à prix réduits.

Notre gros coup, c'est évidemment le festival qui regroupe la plupart de nos salles chaque année. Avant, le festival était thématique, depuis 3 ans, on tente une nouvelle formule. Les thématiques étaient assez sociales et politiques (cinéma et engagements, résistances, les utopies...); à l'époque, nous étions financés par le département qui était alors communiste. Si nous avons décidé de changer de formule, c'est parce que nous considérons qu'une formule vaut pour une période donnée, mais doit être recyclée. Maintenant, nous travaillons plus sur le principe des rencontres, en ayant chaque année un invité d'honneur, accompagné de la découverte d'un cinéaste peu connu et/ou la présentation d'un jeune cinéaste... Il y a aussi la soirée cinéphile où l'on présente chaque année quelqu'un qui, à nos yeux, a apporté quelque chose au cinéma sans qu'il soit nécessairement cinéaste : nous avons eu Bogdanovitch, cette année c'est Louis Skorecki qui nous parle de son travail et de sa conception du cinéma. Ce sont évidemment des soirées assez « pointues », mais elles ont toujours rencontré leur public.

C'est un travail en dehors des carcans promotionnels. Si notre invité cette année est Claude Chabrol, il n'a pas pour autant quelque chose à vendre ; du lundi au vendredi, dans six différentes salles, il va donner des leçons de cinéma – par exemple, sur le cinéma de Fritz Lang – et va aller à la rencontre de différents publics – notamment des collégiens -. On va attacher beaucoup d'importance à sa carrière, à sa filmographie, afin qu'il y ait une vraie rencontre avec le public. Cela implique un gros travail en amont et d'absolument sortir du schéma promotionnel : nous avons eu une très mauvaise expérience avec Abel Ferrara, dont on avait profité de sa tournée promotionnelle pour l'inviter et il n'avait pu venir qu'à une soirée, exténué de surcroît par ses précédents entretiens devant cesser la séance de discussions au bout de 40 minutes. Pour que cette animation marche, il faut véritablement que le cinéaste donne de son temps et que l'on soit hors de l'actualité. Notre « propre actualité » n'est pas nécessairement hors de toute actualité : Chabrol fête notamment cette année ses 50 ans de carrière ! »⁷²⁸.

Nous comprenons que le grand problème de ce réseau est l'inégale accessibilité aux différents sites (et, donc, leur inégale visibilité au sein de l'espace public cinématographique, ainsi qu'au sein de leur association). C'est le réseau en tant que tel qui permet de faire circuler des moteurs de valorisation de salles en salles. Mais il s'agit ici plus d'une stratégie de solidification de réseau que d'une véritable valorisation des salles – qui passeraient par une reconnaissance de spécificités locales, là où l'association amène des cinéastes reconnus. C'est là toute la limite de l'action de réseau associatif : ne consacrer qu'une dimension du spectacle cinématographique. Les salles ne peuvent pas uniquement se positionner en fonction de ce critères si elles entendent rencontrer un large public. Il n'en demeure pas moins que les actions générées par un réseau ne seraient pas possibles pour un exploitant isolé. Cela est d'autant plus manifeste dans le cadre d'actions éducatives :

« collègues et cinéma, mais aussi sur les tout-petits puisque l'on travaille avec les crèches. D'ailleurs, pour ces dernières, nous avons créé un programme inédit et nous avons fait spécialement édité une copie 35 mm pour notre réseau. C'est quelque chose de très important, car nous apportons à nos propres salles quelque chose qu'elles n'auraient pas pu avoir autrement : en l'occurrence ici des courts-métrages tchèques. L'association fait donc tout un travail de recherche et découverte qu'elle met à disposition des salles. C'est par ce biais là que nous prétendons essayer de faire notre propre actualité et que nous voulons aider le jeune public. En effet, le jeune public est devenu un marché et il lui est proposé à peu près tout et n'importe quoi. Notre démarche consiste à proposer d'autres choses. Même pour les salles art & essai, le jeune public apparaît comme objet de rendement : en six, sept ans, il est devenu 50% du marché. Si, à mes débuts, je pouvais consacrer une après-midi entière avec une salle pour animer le débat et la réflexion, je me demande si beaucoup de salles, y compris art & essai en

⁷²⁸ *ibid.*

ferait encore de même aujourd'hui. Deux choses expliquent cela : le fait que le jeune public est un marché important, le fait que des projections pour ce public permet à l'exploitant d'être estampillé art & essai et de bénéficier de subvention. En effet, le label « art & essai » est relativement vite octroyé dans le sens où la programmation prime sur l'animation : il suffit de projeter le film « jeune public » en salle pour l'obtenir et donc bien peu de salles consacrent du temps à ce public et leur permettent de réfléchir sur le cinéma. Pas besoin de sensibiliser le public au film, ne le présenter pour obtenir le label ; je trouve ça un peu léger. D'autant que ce ne sont pas vraiment les salles qui programment « Collège et cinéma » puisqu'une liste leur est proposée. C'est vraiment dommage qu'on ait perdu l'idée que la rencontre de l'enfant avec un film doit être préparée, « il faut l'amener vers... ». « Collège et cinéma » ne ressemble pas vraiment à un bon dispositif d'éducation à l'image car on y fait tout et n'importe quoi. De notre côté, il y a deux salariés qui travaillent sur « collège et cinéma » dont un qui a la charge de se déplacer vers le jeune public pour faire ce travail d'animation »⁷²⁹.

Bien qu'inscrits dans une conception « exigeante » du cinéma, cette association, elle aussi, vise elle aussi a développé une stratégie éditoriale qui implique une pratique qui s'inscrit à d'autres niveaux de la filière cinématographique. C'est ce que Frederic Borgia appelle « les actions d'aides à la création » :

« on coordonne l'aide du Conseil Régional à la création de courts-métrages. Il ne s'agit pas seulement d'une aide à la production ; nous prenons en charge sa diffusion dans tout le département. Ce qui est intéressant, c'est que nous n'accordons aucun critère géographique à la production (n'importe quel film, de n'importe quelle origine peut être aidé), mais ce critère est appliqué à la diffusion »⁷³⁰.

Une fois encore, puisque le critère s'applique à la diffusion, la question qui se pose est de déterminer selon quel critère tel film va être aidé ou non et, surtout, de voir comment ces films s'intègrent à un programme qui rend compte de la spécificité du public...

Nous aurons compris les questions importantes que traitent actuellement les structures associatives. Nous voyons également que le cadre dans lequel elles se positionnent modifie énormément les logiques de leurs actions et, nous le postulons, leur efficacité.

Si nous avons proposé ce bref parcours, c'est pour bien délimiter les cadres d'action des exploitants, en tant que tels, et les possibilités intéressantes en termes stratégiques que peuvent recouvrir des partenariats et des structures associatives (ainsi que leurs limites).

La salle de cinéma doit constamment construire et conserver un lien avec le public. En-deçà et au-delà de tout *ZeitGeist*, de tout rapport problématique qu'impliquent les nouveaux supports de diffusion, le véritable problème auxquels sont confrontés les exploitants est de clairement

⁷²⁹ *ibid.*

⁷³⁰ *ibid.*

définir leur fonction, de clairement définir la « promesse » de leur entreprise. Celle-ci prend son sens comme positionnement vis-à-vis du public et vis-à-vis du champ (notamment des offres et disponibilités de films programmables). En dehors des purs problèmes de financements, beaucoup d'exploitations rencontrent un problème de fidélité et de captation du public : ce problème est dû à la perception que peut avoir le public sur l'établissement, à cause, peut-être, d'une « promesse » peu perceptible.

À une époque où l'on peut visionner un film sur différents supports, à des coûts différents, l'exploitation ne peut pas se résumer à un travail de programmation et de diffusion. Aussi grand que peut être l'établissement, aussi nombreuses peuvent les salles d'un établissement, celui-ci, en termes de diffusion, ne saurait concurrencer la télévision et encore moins les NTIC. La stratégie des multiplexes a été d'augmenter le confort et d'exploiter de manière rigoureuse tous les dispositifs impersonnels dont parle Karpik. La réussite des multiplexes a été notable. Cela ne veut pas dire que l'ensemble de l'exploitation doit se positionner sur ce principe ; cela veut juste dire qu'une stratégie a été opératoire. Cependant, celle-ci est particulièrement radicale et ne correspond pas exactement aux objectifs de la politique culturelle de l'État et du CNC. C'est pourquoi des moyens financiers peuvent être alloués à des formes alternatives. Encore faut-il que ces formes alternatives soient objectivées. C'est le principe même des différentes expérimentations associatives que nous venons de voir.

Les deux premiers exemples – mais aussi, à sa manière, le début de carrière de M.Borgia – se consacrent avant tout au public. La question n'est même pas encore de déterminer la demande « en film » de ce public ; la question est de travailler un lien avec ce public. Ce qui implique avant tout de le reconnaître et d'offrir un cadre propre au spectacle cinématographique. Ainsi, le lien se manifeste notamment par une mise en valeur du dispositif, de la projection. Ce que, par ailleurs, les multiplexes ont fait. Mais ce que les multiplexes ont occultés et que, entre autres, *L'Alhambra* et, à moindre mesure, *Atmosphère 53*, au contraire mettent en avant, c'est aussi l'importance des rituels cinématographiques, en ce qu'ils caractérisent le public et le spectacle.

Le travail sur la programmation, en tant que telle, n'est que la poursuite de ce nécessaire travail de reconnaissance et d'objectivation de l'échange symbolique. Il en est la suite logique. Pour reprendre les expressions de l'école de Palo Alto, il faut comprendre que les films ne sont que le versant « digital », de la relation au public ; ils n'en sont que le signifiant. L'on peut toujours se concentrer pour offrir une bonne programmation, s'il n'y a pas un travail sur l'espace, la programmation se résume alors, pour reprendre l'expression de Benedetto à « *donner le plus à manger pour mon public* ». C'est notamment pour éviter ce

piège que quelques exploitants ont insisté sur l'importance d'être présent auprès du public, d'assister ne serait-ce que ponctuellement aux séances (William Benedetto, Roland Smith, Michel) ; c'est ainsi qu'on l'identifie mieux et, surtout, qu'un véritable échange ait lieu. Ce point est plus aisément traitable dans le cas de salles isolées et particulièrement difficile pour les salles de centre-ville. Pour ces dernières, l'assistance du public est essentiellement caractérisée par la fréquentation, le nombre d'entrées, ce qui ne permet pas d'évaluer la relation public-film au niveau qualitatif.

C'est à ce titre que le travail associatif est absolument déterminant : si les salles plus isolées connaissent mieux leur public, les associations peuvent rendre compte d'une facette du public dans un environnement social plus riche ou, au moins, renforcer le positionnement des salles qui en font partie. Du reste, c'est ce principe de renforcement et de facilitation en termes de programmation que l'on retrouve dans la plupart des associations de salles – du GRAC à *Cinéma 93*, en passant par les réseaux de salles bretonnes.

Cependant, ce travail de mutualisation des coûts et des soutiens, si elle est l'usage dominant des associations, elle n'en est pas l'aspect le plus intéressant. Les structures associatives peuvent aussi permettre d'ouvrir le travail de programmation et de relier l'établissement à un public spécifique (par exemple, dans le cas de *Cinéma Différence*) ou de créer une autre relation public-salle (association qui réalise les séances du *Rocky Horror Picture Show*, *Fotokino*, *Atmosphère 53*...). Un tel partenariat soulage l'exploitant de tout un travail de « prospection », et qui permet à l'exploitant d'envisager plus sereinement des stratégies de programmation qui permet d'assurer un nombre d'entrées suffisantes pour équilibrer ses comptes. En effet, comme le précise particulièrement Borgia, mais également Glémain, les exploitants privés ont une obligation d'équilibrer les comptes, ce qui les plonge dans des problématiques qui ne leur laisse pas le temps de réfléchir sur leur pratique et encore moins de faire des « expérimentations », de la prospection... C'est, parce que la plupart des exploitants sont ainsi « la tête dans le guidon » (pour reprendre la formule d'Antoine Glémain) qu'ils se concentrent tout particulièrement, mais de manière partielle, à la programmation : soit en visant une qualification « art et essai » qui permet d'obtenir des subventions, soit de viser le grand public avec des exclusivités, soit, plus complexe encore (ce qui est le cas pour les salles de centre ville ou d'agglomération relativement importantes) de faire les deux. La stratégie de se positionner dans les exclusivités et dans les films fortement demandés, implique une confrontation directe aux problématiques de rotation de film, à la concurrence avec les autres dispositifs et à des rapports conflictuels avec les distributeurs. L'exploitant suit alors le

mouvement lancé par les *leaders* de marché. L'autre approche, en tant que telle, est tout autant problématique et tend à conduire à de *l'attentisme* voire à une logique de rente.

Un partenariat avec un réseau associatif a dès lors l'avantage de continuer à se confronter aux problématiques courantes tout en offrant des formules alternatives. Cependant, cela ne devient efficient que si l'exploitant veille à une continuité logique entre son exploitation usuelle et les actions menées par les associations. Nous tenons ici à bien pointer la différence entre « efficacité » et « efficience » : l'efficacité se mesure à la fréquentation générée par l'association ; l'efficience se mesurerait à la capacité de fidélisation de ce public à l'exploitation du cinéma. Par exemple, le rapport entre *Cinéma Différence* et le cinéma *Le Prado* est efficace : les séances amènent un nombre suffisant de spectateurs ; cependant, il n'est pas efficient, puisque ce public « différent » ne rencontre jamais les spectateurs plus « lambda », ce qui était pourtant la « promesse » de ce partenariat. Nous prenons ici un exemple très particulier, mais on peut retrouver ce principe, à Marseille encore, dans le rapport entre *Fotokino* et le cinéma *Les Variétés* : les séances sont plus « efficaces » encore, puisqu'il arrive parfois que la salle ne peut pas répondre à toute la demande (plus de public que de contenance) ; mais ce public ne revient jamais que dans le cadre de ces séances, et si ce sont surtout les parents qui sont dans un rapport de confiance, ils le sont vis-à-vis de l'association, et non de la salle.

En général, si la différence efficacité / efficience est de la responsabilité des associations et des exploitants, il ne faut pas oublier que peu d'exploitants reconnaissent véritablement l'effort des associations : c'est ce que nous retenons de l'expérience d'Antoine Glémain, mais également de *CinéDifférence*, de *FotoKino*... À ce titre, Marseille est paradigmatique d'un véritable problème : il y a une forte activité associative, cependant, elles ont une très faible visibilité, les informations n'étant notamment pas nécessairement beaucoup relayées, ne serait-ce que par les salles partenaires.

Il y a différente manière de relier les actions associatives et le travail de l'exploitant. Nous ne pouvons ici les présenter de manière exhaustive, tant cela est dépendant des deux parties, d'un contexte, au cas par cas... Cependant, de manière générale, si la salle offre un cadre de spectacle agréable, un lien élémentaire se met en place ; également dans la même manière de recevoir les spectateurs (pas de différenciation entre les projections « particulières » et les projections normales) ; de plus, cela peut se retrouver aussi dans la logique de programmation.

Les associations ont comme vertu d'éclairer une facette de la demande (ou de l'offre, si l'association permet de projeter d'autres types de spectacle, comme les films sur portable,

le *Rocky Horror Picture Show*, etc.). Tout cela et rien que cela. Une facette et non pas un ensemble. Ce qui implique alors tout de même une part de réflexivité sur la pratique. Soit cette réflexivité est prise en charge par l'exploitant, qui peut, par exemple, entretenir plusieurs partenariats ; soit elle doit être prise en charge par l'association elle-même, qui doit veiller à se diversifier. C'est ce principe qui différencie le GRAC et *Atmosphère 53* de *Cinéma 93*, par exemple.

ii. Quelques propositions stratégiques

Historiquement, ce sont les dispositifs pour le jeune public qui sont apparus comme étant les plus opératoires. Cela s'explique d'une part, parce que ce sont les premières grandes dispositions qui ont été engagées (et reconnues par l'administration avec un certain nombre de soutiens financiers) ; mais cela s'explique également parce que ce sont les seuls dispositifs qui interrogent très directement la relation entre un spectateur et le cinéma. Approche que l'on occulte vis-à-vis du reste du public.

Il ne faut pas oublier de rappeler, d'ailleurs, qu'il y a, depuis plusieurs années, un équilibre des publics : il y a une part égale de plus de 55 ans et de 25-54 ans. Loin d'illustrer une « démocratisation du cinéma », bien au contraire, doit-on y voir une baisse d'intérêt de la part du public de moins de 55ans, Le cinéma devient véritablement un art d'assidus, non pas seulement parce que l'on fidélise bien le public, mais parce qu'il doit avoir un certain nombre de compétences pour être intéressé. Les plus de 55 ans reproduisent un schéma qu'ils ont toujours connu, tandis que leur successeurs ne s'inscrivent peut-être pas dans les mêmes habitudes.

Nous postulons ainsi plusieurs choses quant à l'émergence d'innovation. Il nous apparaît que l'innovation ne viendra pas des grandes agglomérations, mais peut-être avant tout des exploitations parallèles, isolées. Ce sont elles qui connaissent le mieux leur public et qui visent très directement la question de sociabilité et de la spectacularité, là où ces questions sont occultées par la simple problématique de programmation dans les autres établissements. Cela s'explique d'une part par une concurrence plus forte, qui tend les différentes exploitations à se confronter les unes aux autres plutôt qu'à problématiser la relation au public. Il apparaît que s'il existe des schémas de « concurrence positive », où la multiplicité des offres conduit à une attractivité, le champ de l'exploitation ne fonctionne pas sur ce

principe. Il en résulte, par ailleurs, une progressive indifférenciation, y compris dans la programmation.

Il y a aussi une autre explication. Dans les grandes municipalités, il y a mathématiquement un plus grand public ; ainsi, qu'elle que soit la démarche – même radicale – il y aura toujours une réponse favorable de la part de la niche concernée. C'est notamment avec ce « leurre » que nous supposons que notamment Borgia s'est fourvoyé : en effet, avec les séances thématiques consacrant une personnalité du cinéma, comme Skorecki, malgré le caractère « exigeant », il y a toujours eu du public. Certes, mais quel public ?

Nous insistons également sur une stratégie que quelques associations tendent à développer et qui nous semble particulièrement intéressante : la mise en place d'une relative stratégie de filière. C'est un point particulièrement important, parce qu'il permet à la fois de rendre compte du régime d'interdépendance dans lequel sont inscrits les différents acteurs de la filière⁷³¹, mais dont tous les acteurs ne sont pas pour autant convenablement reconnus⁷³² ; cela permet surtout, dans le présent travail, de ne pas rester sur une observation qui transcende l'activité des exploitants et qui se contenterait de voir les idéologies à l'œuvre. En effet, nous avons critiqué la notion de « d'indépendance » et « d'exigence », en pointant notamment dans quelle logique ces notions ont pris forme et se sont développées, et surtout, en montrant leur caractère non opératoire, voire fallacieux. Cela ne veut pas dire pour autant que les exploitants sont totalement soumis au système économique du champ, ni que les usages des spectateurs soient totalement déterminés par un *ZeitGeist* à définir... L'indépendance et l'autonomie ne sont ni des choses à postuler, ni des choses à dénier ; ce sont d'éventuelles résultantes de « tactiques »⁷³³, de compréhension du champ et de la « demande ».

Cinéma 93 et *Atmosphère 53* envisagent donc une stratégie qui ne les rend pas totalement autonomes, mais qui leur permet d'être un peu moins sensibles à la logique du champ. Ils sont toujours en interdépendance avec les productions de film (qui offrent les films) et les distributeurs ; mais, leur offre ne dépend pas seulement des producteurs et distributeurs. Ce faisant, ces associations ne délèguent pas totalement le travail éditorial aux distributeurs, mais prennent aussi en charge cette fonction ; ce qui permet de travailler sur la perception du spectateur quant à leur logique de programmation. *Cinéma 93* propose alors une formule qui consacre l'art et essai recherche, et donne une visibilité de ce type de cinéma au public, en

⁷³¹ En ce sens, nous restons dans la filiation des remarques de Laurent Creton, notamment développées dans la revue *Théorème*

⁷³² Babeau O., *Le livre blanc...*, op.cit.

⁷³³ De Certeau M., *L'invention du quotidien...*, op.cit.

travaillant sur des thématiques ; *Atmosphère 53* propose plutôt une conception transversale du cinéma, notamment en envisageant d'exploiter *l'intermédialité*.

Nous avons pointé la nécessité d'établir un échange symbolique. Ce travail est particulièrement envisagé au niveau du jeune public, mais nettement moins au niveau du reste du public. Il y a, ainsi, une grande frontière où les exploitants ont presque une fonction « d'éducateurs » auprès du jeune public (un rôle prescriptif qu'ils circonscrivent cependant en laissant beaucoup de pouvoir aux familles et/ou aux enseignants), mais sont relégués à de la diffusion (ou de l'animation communautaire) auprès du reste du public. Il faut donc réfléchir sur un rapport général de *philia* entre le médiateur et son public. L'objectivation de ce rapport symbolique est d'autant plus important qu'il apparaît résorbé et subvertit dans le rapport d'échange monétaire⁷³⁴. Ce rapport symbolique peut s'objectiver de différentes manières et reste encore ouvert à une réflexion ultérieure. D'une part, il se manifeste dans la programmation (et son articulation espace public / espace public cinématographique), dans le discours qui exprime la logique de la programmation⁷³⁵. Il se manifeste également par l'organisation du dispositif, et la manière dont celui-ci met en relation les objets et le public⁷³⁶, et nous avons vu, notamment avec l'exemple d'*Atmosphère 53* et de *Fotokino* que l'on peut réenvisager l'organisation historique du dispositif et « élargir » le champ de la médiation cinématographique⁷³⁷. Cet « élargissement » de la définition du dispositif de médiation cinématographique est, par ailleurs, important parce que les problématiques *aisthétiques* ont évolué et qu'il existe de nouvelles formes esthétiques qui problématisent, à nouveaux frais, les enjeux symboliques qui se trament derrière les expériences esthétiques.

À ce titre, les multiplexes et les salles plus « modestes » peuvent proposer des expériences esthétiques différentes et complémentaires. Par exemple, les multiplexes peuvent avoir les moyens financiers et infrastructurels pour proposer des films appartenant à la logique de « cinéma interactif »⁷³⁸. Nous avons, par ailleurs, postulé que l'industrie du cinéma pourrait se tourner vers cette *esthétique de l'imprévisible*.

⁷³⁴ cf partie III « ii. Les 4 phases d'appréciation du film de cinéma et leurs valeurs respectives », p.689

⁷³⁵ C'est ce que nous avons également analysé dans l'avant-dernier chapitre de la partie III – « ii. Les quatre phases de l'appréciation du film », p.689 - où nous analysons les quatre facettes problématiques de l'évaluation du film.

⁷³⁶ Cf Partie III « ii. Les quatre phases de l'appréciation telles qu'engagées par le dispositif », p.714

⁷³⁷ cf fin Partie I et cf conclusion « i. les perspectives associatives »

⁷³⁸ Nous en avons donné des exemples à la fin de la Partie I, par exemple *Last Call* (Jung Von Matt, 2009), cf « C. Les esthétiques du virtuel et leurs incidences possibles sur l'esthétique du cinéma », p.228

Les salles plus « modestes », quant à elles, peuvent rester dans une approche plus « picturale », représentative classique, mais en proposant différemment les films, notamment en travaillant plus activement une « interfilmité », en proposant des relations signifiantes entre différents films programmés et ce « montage », ces relations seraient laissées à l'appréciation du public. Antoine Glémain envisage pareille articulation au sein d'une séance, où courts-métrages, documentaires et/ou fictions, seraient inscrits dans une logique signifiantes ; ou bien une logique de connexions qui s'établirait sur différents sites (la salle ne projète qu'un film et les œuvres parallèles seraient diffusées dans une salle attenante). C'est une proposition qui mérité réflexion, mais qui implique un réel investissement financier.

Il existe d'autre proposition possible – partant du même principe. Par exemple, faire le parcours inverse du *Vidéocinéclub* de Québec – il s'agit d'un vidéoclub à tendance « art et essai » qui a ouvert récemment une salle de projection attenante, permettant de renforcer le rapport symbolique engagé avec son public, en proposant de voir les films dans le cadre où ils sont censés être diffusés. Nous disons « inversement », parce qu'il s'agit d'envisager le vidéo club comme source économique et discursive de l'exploitant (là où notre exemple cheminait en ses inverse). En effet, nous avons repris l'exemple de Babeau qui pointait une salle de ville moyenne qui, malgré un bonne fréquentation, recouvrait ses frais avec la pizzeria attenante⁷³⁹. Un vidéoclub pourrait très bien être une source de revenu et pourrait très bien permettre un travail de programmation, de proposition interfilmique auprès du spectateur – comme le fait notammet *Vidéodrome*, à Marseille, qui propose des thématiques mensuelles – renforçant ainsi la relation symbolique.

Si nous faisons pareille proposition, c'est bien aprce que la difficulté consiste à établir un « lieu » et un « temps » de dialogue avec le public, de trouver des moyens d'établir une médiation par-delà la simple programmation et la mise en scène du spectacle cinématographique. La proposition que nous venons de faire est un moyen détourné d'établir un « dialogue ». Évidemment, pareille proposition nécessite une évaluation économique qui dépasse nos compétences et que nous laissons à l'appréciation d'experts.

De même pour une dernière proposition stratégique, qui porte sur des projections « extraordinaires ». Un des problèmes du public consiste dans le fort coût d'un billet (bien que les exploitants – comme nous dit Babeau, à juste titre – n'ont pas augmenté le prix d'entrée à la même hauteur que l'inflation générale⁷⁴⁰) : l'exploitant pourrait très bien programmer des films qui ont déjà eu une période d'exploitation dans des soirées thématiques où le prix

⁷³⁹ Babeau O., *Le livre blanc des salles obscures...*, op.cit.

⁷⁴⁰ *ibid.*

d'entrée serait moindre que si l'on les voyait séparément. Pareille logique existe déjà pour les soirées *Nuit Fantastique*, pourquoi ne pas envisager une généralisation de ce principe, adjointe aux séances avec un conférencier ?

iii. Les exploitants et les pouvoirs publics :
requalifier l'exploitant et revaloriser sa fonction
dans l'économie du cinéma

Nous avons, jusqu'à présent, pointé des problèmes de procédures de médiations et, en contrepoint, illustré quelques solutions isolées. La pertinence de ces solutions est relative aux localités, néanmoins, on peut les envisager en partie de manière structurelle. Nous rappelons, avec insistance, que les problématiques de l'exploitation sont à mettre en relation avec les problématiques de l'espace public cinématographique, qui lui-même est en relation avec l'espace public. Aussi, nous nous sommes constamment gardé d faire un procès d'intention vis-à-vis d'acteurs dont nous critiquons par ailleurs la logique. Les innovations, la réflexivité de la part des exploitants impliquent aussi qu'on leur accorde des conditions de possibilité pour y procéder. Or, il apparaît que tous les exploitants avec lesquels nous nous sommes entretenus sont particulièrement occupés et préoccupés par des problématiques administratives ; ainsi, si, par exemple, nous critiquons la logique de programmation réductrice, elles ne sont pas du seul fait de la singularité de l'exploitant (ou de son réseau), mais également des critères de qualification. Ainsi, toute problématique propre à une exploitation est à saisir d'un point de vue localisé, mais également systématique – en relation à l'espace public cinématographique – et historique – dans le procès de valorisation du cinéma. Critiquer une logique d'exploitation, et voir des logiques alternatives, est une chose ; voir les conditions de possibilité d'une systématisation de ces alternatives en est une autre.

Nous proposons ici une esquisse d'une telle réflexion, et un ensemble de propositions. Pour cela, il faut prendre en compte les problématiques des pouvoirs publics et voir comment ceux-ci peuvent offrir un cadre pour réengager sereinement la dimension professionnelle de l'exploitation. Ce qui implique alors, une refonte des rapports de force au sein de l'espace public cinématographique.

En effet, l'État est aux prises avec la globalisation ; cependant, valoriser les échanges symboliques à l'œuvre dans les médiations cinématographiques offre des perspectives culturelles et politiques que l'on ne trouve pas dans l'économie articulée autour de la valorisation du film. À la suite de Jean-Joseph Goux, il est nécessaire de rappeler que les procès de symbolisation de la médiation culturelle sont liés aux procès de symbolisation de l'échange marchand, mais aussi de l'économie psychique et politique⁷⁴¹. Aux problématiques d'organisations sociales se rejoignent les problématiques de développement psychique ; or, un des points de rencontre de ces développements se retrouve précisément dans la médiation culturelle. La logique symbolique dominante, l'idéologie dominante intériorise les oppositions travail / monnaie, signe non verbal / signe verbal, et implique de plus en plus une domination du conscient (de l'inter-actif), du purement relationnel. Dans l'économie psychique, le refoulement n'est rien d'autre qu'un défaut de traduction, où la trace mnésique n'est pas traduite en sens linguistique ; de même, les valeurs *pharmakon*, les crises de perception des exploitants ne sont rien d'autres que problématiques que l'ordre symbolique dominant a intégré, mais sans l'explicitier.

Le processus de valorisation des industries culturelles sont des sédimentations de différents processus de valorisation / centralisation / mise en équivalence. À ce titre, l'enquête de Frédéric Martel – *Mainstream* - illustre de la globalisation de ce problème⁷⁴². En effet, prenons par exemple, le cas audiovisuel Égyptien : celui-ci reprend les logiques industrielles et formelles occidentales et ne fait qu'une relative substitution de signifiants (des égyptiens à la place d'acteurs hollywoodiens) ; l'objectif est précisément une conquête de parts de marché. Peu de valorisation d'une identité spécifique. (Il ne demeure pas moins dans cette enquête un développement de cultures locales, comme en Amérique du sud par exemple ; mais celles-ci se positionnent toujours contre un Autre – les Etats-Unis – ce qui signifie qu'ils sont encore dans le même registre symbolique.) Martel, par ailleurs, pointe avec justesse l'inter-dépendance entre les industries émergentes et les industries déjà ancrées : les Etats-Unis ont tout autant besoin de Bollywood, que la réciproque.

C'est pourquoi, bien que travaillant sur des salles de cinéma en France, nous percevons des problématiques transposables ailleurs. Certes, les données seront différents, les données différentes, et donc le raisonnement aussi, mais la structure fondamentale est la même. Dans tous les cas, nous retrouvons une structure pyramidale, dominée par de simples reflets

⁷⁴¹ Goux J.-J., *Marx, Freud...*, op.cit.

⁷⁴² Martel F., *Mainstream...*, op.cit.

attachés à un type de signes des rapports de tous. Autrement dit, nous restons toujours dans un cas de figure où chaque chose se rapporte à un système idéologique et historiquement déterminé de signification et non à une matière ; les modifications culturelles, les dématérialisations, l'actuelle globalisation d'échanges interculturels ne sont que des prolongements de cette logique.

Ce que défend l'État, à travers la question de la « spécificité culturelle » - et, pour le cinéma, à travers le CNC – est justement de ne pas réduire le cinéma à une simple substitution de signifiants (où les films français ne seraient que des exemples localisés formules éprouvées par ailleurs). Il s'agit de maintenir la production d'œuvres qui exprimeraient des problématiques propres à l'espace public français et qui en exprimeraient aussi bien le versant politique (ou de sociabilité) que le versant esthétique (les problématiques *d'aisthesis* – qui, elles, peuvent se manifester de manière transculturelle). Il y a aussi, dans la question de « spécificité culturelle », le soutien d'une industrie et ce point est un peu plus contestable et contesté.

De fait, la question qui se pose est la suivante : l'État soutient-il une industrie en vue de maintenir une expression culturelle qui peut avoir une vertu d'offrir des sublimes esthétiques pour ses citoyens, ou exploite-t-il cette possible sublimation en vue de justifier un relatif protectionnisme industriel ? Postulons que l'État s'inscrit plutôt dans la première approche, nous verrons, la logique de soutien apparaît cependant bien plus proche de la seconde.

C'est que cette logique ne se consacre qu'à une facette du problème de la spécificité culturelle : elle vise avant tout la production de discours culturels, et à leur grande diffusion, mais occulte les problématiques spécifiques à cette diffusion. En effet, très logiquement, il est important de soutenir une forte production de films. C'est indéniable. Cependant, toute la logique de soutien est organisée principalement pour soutenir cette productivité, au détriment parfois de la question du rapport que le spectateur entretient avec cette production.

C'est que, nous allons voir, nous seulement il y a un certain nombre de points problématiques quant à la logique des fonds de soutien pour les films, mais, en outre, les salles ne sont qualifiées et soutenues qu'en fonction de la diffusion de ces films. En outre, ce sont principalement les salles qui paient la plus lourde charge de soutien de l'industrie.

Il y a, en effet, une politique ambiguë de soutien à la production en France. En effet, aux visées de développement culturel, qui étaient déjà problématiques, s'est adjoint le Plan Lang de 1989 qui a facilité la production de films à gros budgets. Si nous ne contestons pas

l'importance de défendre la production de toutes formes de cinéma – c'est-à-dire ne pas se restreindre à un *cinéma d'art*, dont la définition serait de toute manière contestée -, ce sont les instruments de cette politique, et les conséquences dans l'espace public cinématographique que nous pointons.

La logique de soutien s'applique à travers deux dispositifs : d'une part, les fonds de soutien automatique et, d'autre part, les avances sur recette, qui seraient des soutiens sélectifs. Le premier dispositif vise à maintenir un niveau de production quantitativement élevé et le second prend en charge les premiers films et tout film répondant à certains critères de qualité, mais qui seraient éloignés des normes du marché.

Frederic Gimello-Mesplomb a déjà démontré les écueils du dispositif d'avance sur recette qui tend, par relative cooptation, à devenir une logique de rente au bénéfice d'un nombre assez réduit de cinéastes. De plus, la réorientation en 1989 du soutien automatique vers la production de films à budget ambitieux a conduit au renforcement des grandes entreprises de production, au détriment des structures parallèles et alternatives. Leur situation devient d'autant plus précaire que l'avance sur recette ne permet pas de boucler aisément un budget.

Ainsi, la logique de soutien aux films doit encore se perfectionner :

« Cette analyse souligne encore une fois la nécessité d'étendre plus encore les objectifs de diversité à l'exposition des œuvres. (...) le soutien automatique, comme tous les instrument d'intervention publique doivent tendre vers la plus grande diversité possible. Cet objectif doit se décliner en diversité produite mais doit prendre également en compte la nécessité de favoriser l'accès à cette diversité, étendant les objectifs à la diversité offerte et à la diversité consommée. (...) Enfin, la promotion et la diversité consommée et l'éducation des publics (le cinéma génère des externalités éducatives) justifie les efforts de démocratisation de la pratique cinématographique, notamment pour soutenir une demande de produit audiovisuel dont l'accès n'est pas nécessairement immédiat à chacun (films du répertoire, Art et Essai, Cinématographiques des pays du Sud et de l'Est) ». ⁷⁴³

Il y a donc un système de soutien qui apparaît problématique quant à la diversité qu'il espère viser. D'une part, des stratégies de cooptations au sein des soutiens sélectifs et qui posent problème quant à l'offre en cinéma art et essai français ; d'autre part, une politique de soutien automatique qui est plus importante dans un financement et qui profite à des acteurs moins « nécessaires ». Il en résulte une production non pas diverse, mais radicalement dichotomique.

⁷⁴³ Cocq E., Dantec A., Lévy-Hartmann F., « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », *Revue de l'OFCE*, n°97, p.322

Ce n'est pas nécessairement un problème en soi – du moins pas du point de vue de l'exploitation -, parce que ces deux ensembles de films peuvent très bien être diffusés, exploités dans un même établissement. Cela reporte la question de la diversité au travail de médiation de l'exploitation.

Cependant, ce problème de diversité – et de continuité entre les deux types de films – n'est pas seulement reporté à la distribution et à l'exploitation, elle apparaît comme dissoute, oubliée, mise à la discrétion des distributeurs et des exploitants. Cependant, il y a des cadres administratifs de travail qui ne le permettent pas nécessairement d'offrir pareille diversité dans les meilleures conditions possibles. Dans les rapports de force entre producteurs et distributeurs et entre distributeurs et exploitants, la question de la diversité disparaît au profit d'une valorisation marchande du film. La logique d'éditorialisation des distributeurs participe moins d'une problématique globale de diversité culturelle que d'une logique localisée sur la valorisation monétaire rapide d'un film :

« Le produit échangé entre un producteur et un distributeur est un internégatif, matrice de reproduction du film et support des droits d'exploitation. Son prix est constitué (parfois) d'un minimum garanti et (toujours) d'un partage des recettes après commission du distributeur (de l'ordre de 30%) et récupération des frais d'édition (fabrication et promotion) »⁷⁴⁴.

En outre, ils ne participent plus nécessairement à la mutualisation des risques sur un film (ce qui est l'objet du minimum garanti qu'un distributeur alloue aux productions lors du montage de la production de film). La question donc du soutien à la productivité est reportée à l'exploitation. La rationalité est moins celle d'un éditeur qui fait le pari sur un film – et sur la défense de ce film – que celle d'un promoteur qui vise un maximum de gain financier avec un minimum de risque.

Nous ne faisons pas là un procès d'intention, une fois encore, mais pointons un problème dans le système qui valorise la production quantitative et qualitative de film, mais qui non seulement, ne fait pas nécessairement participer de manière équitable l'ensemble de la filière à cette recherche de valorisation – qui est reportée aux initiateurs et au dernier maillon -, et qui, en outre, fait l'impasse sur les conditions de diffusion des films.

Le marché de distribution est en oligopsonie : en 2004, dix sociétés capitalisent 86% de l'ensemble des encaissements distributeurs, il y a un grand nombre d'offreurs de films à distribuer face à un petit nombre de distributeurs (lesquels font face à un grand nombre de

⁷⁴⁴ *ibid.*, p.290

« demandeurs »). Les distributeurs ont un fort pouvoir dans leur capacité à exploiter le film, ce qui implique un rapport de force assez asymétrique entre eux et les exploitants, du moins lorsque l'exploitant ne fait pas partie d'un groupe intégré. En effet, malgré tout, quel que soit le distributeur, les multiplexes seront généralement les interlocuteurs privilégiés.

Il en résulte une inégale accessibilité aux films, selon les exploitations, ainsi qu'un taux de location différent. En 2008, la moyenne du taux de location pour les petites exploitations est de l'ordre de 48,1%, 47,3% pour la moyenne exploitation et 46,4% pour la grande exploitation⁷⁴⁵. Cela s'explique par une plus grande visibilité des grandes exploitations et par le fait qu'elles peuvent garder un film plus longtemps à l'affiche et donc bénéficier ainsi d'un tarif décroissant. Il est à noter l'absence de prise en compte de la qualité d'exposition du film : il s'agit d'une problématique généralement occultée par les distributeurs au profit d'un souci d'avoir le film disponible en permanence. De nombreux exploitants de petites et moyennes tailles que nous avons rencontrés déclarent être constamment confrontés à ce problème. À ce titre, Marc Van Maël le résume très simplement et nous apparaît comme exemple paradigmatique parce qu'il a déjà été amené à faire une conciliation par l'intermédiaire du Médiateur du Cinéma :

« Ce qui préoccupe les exploitants généralistes et art et essai est surtout la diversité des œuvres. Par exemple, le but aux Alizées est que chaque semaine il y ait un film grand public, un film art & essai... Le cinéma de proximité doit avoir une approche qui puisse convenir à tout le monde sur le plan du territoire. (...)

En ce moment, le film porteur, c'est Mission G. Mais, dans les négociations avec le distributeur, l'accord est par exemple donné que si l'on diffuse ce film trois séances par jour pendant deux voire trois semaines. Or nous n'avons que deux salles ; donc une salle est déjà occupée. C'est un système qui marche sur la tête. D'autant plus qu'on pourrait très bien servir le film avec une seule ou deux séances par jour très bien ciblée. Mais nous sommes confrontés à une logique de tête de gondole : « moi j'occupe le terrain donc mon concurrent l'occupe pas ».

Le pire, c'est que cette logique peut être contre-productive. On a eu un exemple flagrant et typique : on voulait Le petit Nicolas, film populaire qui allait faire des entrées ; le distributeur exigeait « plein programme » pendant trois semaines. Malgré le frein dans la diversité que cela provoque, on a fait le pari que ce film allait marcher. En même temps, on appelle Warner pour obtenir The informant qui sortait en même temps. Ces derniers exigeaient simplement au moins autant de séances que Le petit Nicolas. Ce qui voulait dire : on ne diffuse que deux films pendant trois semaines. Conséquences : on

⁷⁴⁵ Babeau O., *Le livre blanc des salles obscures...*, op.cit.

reste positionnés sur Le petit Nicolas et on ne prend pas The Informant. C'est absurde. Tout le monde aurait pu y trouver son compte »⁷⁴⁶.

L'on trouve ici un conflit très fort entre exploitant et distributeur parce que, dans une logique de filière qui consacre et valorise principalement le film, les problématiques de l'exploitation, leurs expériences de terrain ne sont pas pris en compte. Inversement, le problème de diffusion est encore reporté, notamment avec la question du calendrier des médias, c'est-à-dire les périodes d'exclusivité d'un support pour diffuser un film. La période d'exclusivité des salles de cinéma sont considérablement amoindries, puisqu'elles sont réduites à 4 mois (lorsqu'elles ne sont pas absentes). La stratégie financière de distribution vise alors une autre perspective : il s'agit de donner une forte visibilité immédiate au film, afin d'en attendre des retombées financières sur différents supports.

Il est à noter, encore une fois, l'inégalité dans la part de mutualisation entre les supports. Ce sont les salles qui paient la plus lourde charge de soutien de l'industrie. En effet, la Taxe Spéciale Additionnelle (TSA) de 10,72% est prélevée sur chaque billet avant d'être reventilé à toute la filière. En 2008, sur les 119,96 millions d'euros prélevés, sur 47,5% a été reventilé vers les exploitations qui, par ailleurs, prennent en charge de lourdes transitions infrastructurelles liées au numérique. Ce sont des contributeurs nets et d'autant plus défavorisés que les taxes sont moins élevées pour la télévision (5,5%) et encore moins pour la vidéo et la VOD (2%)⁷⁴⁷. La somme après ce prélèvement est ce qu'on appelle la « base film » : après d'autres prélèvements de la part du CNC, de la SACEM, des syndicats – et des groupes d'exploitations – l'exploitant donne de 41 à 48% de la base film au distributeur et garde ce qu'il reste. En moyenne, un distributeur touche plus que l'exploitant sur le prix d'un billet.

Nous comprenons ainsi un peu mieux pourquoi le passage au numérique est extrêmement mal perçu par nombre d'exploitants : ce sont les distributeurs qui bénéficient d'une substantielle baisse du coût de copie, l'ensemble des acteurs de la filière qui jouissent d'un possible gain financier avec la convergence numérique, mais ce sont les exploitants qui paient les plus fortes taxations, qui soutiennent l'ensemble du système économique, et qui doivent prendre en charge les forts coûts de transition infrastructurelle (en vue d'une situation où ils perdent, de toute manière, une exclusivité).

L'on se retrouve, au final, avec le constat suivant : alors que « *les distributeurs (et les ayants-droit) voient leurs recettes augmenter de 76% entre 1985 et 2006, celle des exploitants*

⁷⁴⁶ cf Annexe 8 : « entretien avec Marc Van Maël », p.830

⁷⁴⁷ Babeau O., op.cit.

*ne progressent que de 64% »*⁷⁴⁸. Cela est dû à un coût de location qui ne cesse de progresser et, d'autre part, une baisse du prix du billet en termes réels (l'augmentation du prix du billet est inférieure à l'augmentation du niveau général des prix). Pendant ce temps-là, le coût de construction rapporté au fauteuil a doublé en dix ans (de 1900 euros à 3700 euros), la profession est taxée à hauteur de 119,96 millions d'euros par an, tandis que le rapport Levrier estimait que le coût total de la transition au numérique s'élève à 450 millions d'euros⁷⁴⁹.

Le premier pas fait par le CNC, contre cette structure inégalitaire et économiquement instable, a été d'instaurer le frais de copie virtuelle : le distributeur doit remettre une partie des économies liées à la copie numérique (versus la copie 35mm) à l'exploitant. Mais les logiques administratives sont extrêmement complexes et contraignantes, et il arrive que les exploitants ne visent plus à participer à cette logique⁷⁵⁰.

Donc, pour mémoire, les systèmes de soutien visent une haute production qualitative et quantitative de films français afin de maintenir une diversité d'offre de films au sein de l'espace public. Ce système est lourdement supporté par les exploitants qui, par ailleurs, sont largement perdants dans les rapports de force internes à la filière et dans le nouveau calendrier des médias. Les logiques du CNC veillent à essayer de compenser financièrement cette inégalité, mais cette compensation est très complexe. Cela justifie une suspicion de la part de la Commission européenne de voir ici une forme de protectionnisme industriel.

Ce que nous critiquons, dans cette logique, c'est son paradigme : elle est centrée presque exclusivement sur les films. Cette logique a eu un réel intérêt historique, et a contribué à faire du parc cinématographique français le troisième parc mondial. Mais, à partir du moment où les salles n'ont plus le monopole de la diffusion de films, ce système se fragilise. Et l'on retrouve toujours la même question initiale : est-ce qu'il y a un bon réseau qui permet une bonne productivité de film ou parce que l'on vise une bonne productivité, il y a un réseau fort ?

Si le réseau est aussi dense, c'est, d'une part, parce qu'il y a une forte mobilisation de la part des élus locaux (nous y reviendrons) et, d'autre part, parce qu'un système de soutien et d'exonération fiscale est accordé par le CNC aux salles qualifiées d'art et essai. Cependant, cette qualification porte principalement sur des critères de programmation. Les salles sont principalement estampillées « art et essai » à partir du moment où elles consacrent un certain

⁷⁴⁸ *ibid.*, p.42

⁷⁴⁹ Rapport du groupe de travail sur le modèle économique du cinéma numérique, avril 2008, CNC

⁷⁵⁰ Voir, à ce titre, Annexe 15 : « entretien avec Michel, directeur du *Ciné à Quiberon* », p.904

quota de leur programmation aux films qui ont la même qualification. Les quotas diffèrent selon des critères démographiques et sociologiques, mais ne prennent finalement pas en considération le travail de médiation en tant que tel. En effet, cette problématique est traitée de manière parcellaire de la manière suivante : la labellisation est également octroyée en fonction de « la politique d'accompagnement de films » ; tout au plus, cette question (avec celle de la qualité de projection) est reléguée comme coefficient pondérateur du calcul qui s'établit à partir de la programmation.

Partant de ces constats, nous envisageons plusieurs pistes de réflexions au niveau des dispositifs nationaux (et donc, aussi, au niveau de l'espace public cinématographique). D'une part, défendre une spécificité culturelle, ce n'est pas que défendre la spécificité d'une production vis-à-vis du reste du monde, c'est aussi veiller à l'assurance qu'il y ait une culture qui soit diffusée au sein de son espace. Veiller à assurer une diversité culturelle, ce n'est pas seulement établir une économie et une structure de mutualisation permettant la production de « textes filmiques » spécifiques, c'est aussi offrir des « cadres de lectures » spécifiques. Dans une organisation essentiellement centrée sur le film, l'on tend à occulter ce qui constitue l'expérience cinématographique – un film, dans une salle, devant un ensemble de spectateurs – et à déséquilibrer les rapports entre les différents acteurs de la filière.

Du reste, il est notable qu'il peut y avoir une grande mobilité interprofessionnelle du côté de la production et de la distribution, et une absence quasi totale de mobilité entre ces deux professions et l'exploitation⁷⁵¹ ; à cela, ajouter la persistance d'une idéologie qui consacre la pureté artistique des producteurs de film (auteurs inclus) versus le mercantilisme des exploitants.

Au niveau global, il est important de ne plus organiser le système de soutien uniquement à partir du film, mais également en fonction de sa diffusion, et notamment sa diffusion en salle. Cela impliquerait un plus fort équilibrage des prélèvements entre tous les acteurs.

De même, afin d'ouvrir une logique de programmation plus large dans les salles de cinéma, il serait important de recadrer le positionnement des distributeurs. Il s'agirait, d'une part, de renverser l'actuelle logique du taux de location. Soit, comme le propose Babeau, en fixant un taux identique à chaque exploitation, qui serait à hauteur de 45%, soit de fixer un taux

⁷⁵¹ Cf Creton L. (dir.), « Cinéma et stratégies. Économie des interdépendances », *Théorème*, n°12, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2008

inversement proportionnel aux capacités d'accueil de l'exploitation. Il y aurait, certes, un manque à gagner de la part des distributeurs, et une telle logique contribuerait, ne serait-ce que dans un premier temps, à ne privilégier que les grandes exploitations. C'est pourquoi il faudrait soutenir et valoriser – par une subvention ou une relative exonération – les distributeurs qui proposent un certain quota de copies à des salles estampillées « art et essai ». Cela apparaîtrait d'autant plus important qu'il nous semble nécessaire de contingenter le nombre de copies – ou, au moins, le nombre de séances exigées à la location d'une copie. En effet, comme nous l'avons indiqué, il n'est pas nécessaire que chaque film soit diffusé en plein écran ; d'une part, parce que cela ne correspond pas nécessairement à la « demande » locale ; de plus, cela empêche la présence d'autres films dont la présence, par ailleurs, pourraient capitaliser le fond de soutien pour les distributeurs ; enfin, parce que les gains financiers ne s'établissent plus seulement sur la présence en salle, mais également sur d'autres supports.

Un telle approche ne prend cependant tout son sens – et ne pourraient être intéressant pour les distributeurs qui perdent potentiellement du pouvoir et des gains – que si l'on incite, d'autre part, les salles de cinéma à être beaucoup plus attractives. Pour cela, il devient absolument déterminant – et c'est là tout l'objet de la présente thèse – de définir la mission de l'exploitation. Pour l'heure, quoi qu'on en pense, elle est réduite à l'état de « vitrine du film ». de même, si la France jouit d'un grand arc cinématographique, la qualité générale de salles n'est pas aussi honorable et contribue, quoi que l'on en pense, au progressif désintérêt de voir un film en salle.

Il s'agirait notamment de revoir les critères de qualification. Il est important de donner une plus grande importance, au cadre de projection et au travail de médiation qui devrait s'opérer dans ces salles. Il ne s'agirait pas seulement de mettre des critères de qualification – des sortes de jugement -, mais aussi de reconnaître et aider financièrement une véritable démarche de médiation. Cela pourrait être établi dans la force de proposition d'événements et d'animations, comme cela s'opère actuellement, mais il faudrait donner des cadres plus clairs quant à la forme et à l'objectif de ces animations ; de même, cela pourrait être évalué au travail de réseau et de partenariat établi avec des associations locales. Si l'on considère qu'il faut valoriser la diversité, c'est bien parce que l'on considère que le public est divers et qu'il demande de la diversité....

Il s'agit, somme toute, de donner une réelle dimension professionnelle à l'exploitation, là où elle n'est encore perçus que comme commerce ou comme profession de foi. Cela

permettrait une meilleure reconnaissance du métier, un rapport moins violent quant aux innovations des multiplexes, et un plus grand contrôle (du point de vue de la filière comme du point de vue du spectateur) de l'exploitation. Cela, somme toute, reviendrait à le placer comme service singulier, là où il n'est actuellement reconnu que comme commerce et diffusion. En ce sens, l'intérêt, l'attractivité de la salle ne serait plus une simple question de prix – ce qui s'opère actuellement avec des disponibilités autres, et à moindres coûts, de film –, mais aussi de qualité d'accès au film. Si l'on tend vers un désintérêt progressif des salles, c'est parce qu'il y a eu – et qu'il existe encore dans le réseau *art et essai* – ce que Karpik appelle une *routinisation* du service, c'est-à-dire une certaine forme de standardisation. On l'a bien vu avec les complexes. Et on le comprend bien dans la problématique même de formation des exploitants. Au fil des entretiens, il nous est très clairement apparu que les exploitants sont embauchés et formés non pas selon des logiques professionnels, mais dans une logique de communauté d'intérêt. C'est donc une perception parcellaire du métier qu'ils ont et une rationalité réduite. De même, inversement, Seydoux, qui dirige Pathé, a fait ses premières grandes expériences du commerce dans l'industrie du textile... L'exploitation est alors moins une profession à part entière, qu'un métier que les différents acteurs définissent de manière bien différentes.

Le considérer comme profession, c'est déjà prendre en compte les logiques à l'œuvre dans les relations-clients. À ce titre, nous posons un relatif bémol quant aux stratégies de relation-clients en salles art et essai. Notamment au niveau de l'usage de la VOST, qui est, pour nous, l'exemple le plus éclairant de la difficulté de la relation-client, dont nous avons déjà beaucoup parlé dans le passage consacré à la différence *factor/mercator* dans le rapport singulier / collectif. En effet, partant du principe que les Marginaux sont acculturés à un cinéma spectacle en VF, l'usage de la V.O. apparaît comme une véritable contrainte : l'on passe d'un cinéma de pur divertissement en langue maternelle à un spectacle qui demande une attention plus aiguë et qui, en outre, demande à être « lu » et compris dans ses subtilités linguistiques et expressives. L'écart est très grand et, du reste, l'exploitant (notamment par les Établis) semble jouir d'un grand pouvoir discrétionnaire. Ce pouvoir n'a d'intérêt cependant qu'instrumental et n'est opératoire qu'aussi longtemps que le consommateur y consent ; or, manifestement, peu de consommateurs y consentent *de facto* (c'est que, contrairement à d'autres professions, l'exploitant n'est pas là pour « résoudre un problème »).

Un espace transitionnel serait important – plus précisément, une sorte de programmation transitionnelle, où l'on pourrait voir les films dans leurs versions originelles ou en version doublée, selon les compétences et les finalités du public. Il s'agirait de mettre en place un

certain nombre de « référentiels métier » qui contribuerait à une certaine forme de qualification de l'exploitation.

Puisque la concurrence est un moteur important dans un marché, il faudrait trouver également des moyens de faciliter l'émergence de concurrents. Or, nous voyons bien que le coût de construction devient trop important et les localités peinent à participer, d'une manière ou d'une autre, à la bonne économie d'une exploitation. Cela peut être pallié de deux manières. D'une part, comme le souligne Babeau, à la différence d'autres commerces, les cinémas ne bénéficient d'aucune mesure particulière tenant compte de leur spécificité ; l'on ne tient pas compte qu'elles occupent des espaces importants pour une commercialité faible, avec de possibles importantes externalités positives pour une localité. Il serait important, donc, qu'on considère la spécificité des salles et de leur caractère monovalent pour obtenir des mesures d'abattements de taxe foncière ; de même, puisqu'il s'agit d'un équipement culturel, il serait logique que la salle de cinéma bénéficie, comme d'autres établissements culturels, d'une exonération de la taxe locale d'équipements.

D'autre part, il s'agit d'offrir une accessibilité à ces salles. Et le problème de stationnement est particulièrement important – quelle que soit la localité. Par ailleurs, *l'Utopia* de Bordeaux a été confrontée à ce problème avec la municipalité. Ou bien, au moins, dans les plus grandes agglomérations, travailler l'accessibilité à travers une logique de partenariat avec les services de transport en commun. De même, lorsque nous parlons d'accessibilité, nous pensons aussi à la visibilité. Certaines localités jouissent déjà d'une forte activité associative ou d'exploitations qui font beaucoup d'animation ; il coûterait très peu à la municipalité d'exploiter cela en consacrant un budget communication. Nous pensons notamment à la ville de Marseille qui est extrêmement animée, mais dont les animations n'ont aucunes visibilités dans l'espace public : la municipalité aurait tout à fait les moyens d'allouer un budget de communication et bénéficierait, quasi de facto, d'externalités politiques absolument positives (surtout à un an de Marseille 2013, Capitale Européenne de la Culture).

iv. Des référentiels-métier à construire à l'aune de la médiation cinématographique

Nous devons dès lors établir de temporaires et relatifs « référentiels métier ». Pour ce faire, nous proposons de revoir d'abord l'ensemble du problème générale de la profession. Toute la problématique actuelle, à savoir, qu'est-ce que valoriser le cinéma, implique de prendre en compte le devenir-idéal du cinéma, ainsi que son inscription dans une logique (dialectique) culturelle plus vaste de dématérialisation. Ce faisant, l'on a retrouvé la matière (première) de « l'échange cinématographique » et l'on a saisi les dynamiques de symbolisation (ainsi que leur subversion). La solution n'est ni dans le maintien de cet état de fait, ni dans la régression à un stade antérieur ; il est dans le dépassement de ce cycle. Et ce dépassement implique une boucle où l'on refait le parcours de l'ensemble des stades, en saisissant les logiques dialectiques qu'ils expriment.

Si l'expérience filmique en salle, si l'expérience du film impliquent désormais de plus en plus un refoulement du signifiant, un dépassement par le sens qui l'occulte (par exemple : voir un film au cinéma ou sur I Pod ne changerait au signifié du film ; cela ne changerait que le signifié du spectateur qui est plus ou moins « distingués »), alors l'on comprend que le problème est dans l'inconscience du signifiant. Il s'agit de redonner une place (une valeur ?) au signifiant ; et, dans ce refoulement du signifiant, l'on perd de vue également son signifié, la sociabilité. Ainsi, au lieu d'une esthétique pleine, articulant le désir du spectateur au savoir, au lieu d'une médiation qui articule le film et le spectateur, ainsi le film et la logique de sociabilité, l'on se réduit à une offre de films, qui n'auraient d'intérêt, pour le consommateur, à être signifiants du signifié qu'est le *conatus*.

Il y a, ça et là, quelques jalons pour la présente réflexion. Prenons par exemple la question suivante : qu'est-ce qu'a compris le cinéophile Daney, lorsqu'il a refait quelques critiques de films suite à leur télédiffusion ? Il découvre que ce n'est pas le film seul qui a le monopole du sens, mais aussi le dispositif et la disposition du spectateur. Dès lors, la cinéphilie ne se caractérise ni par « amour du film », ni par « amour du dispositif », mais par la conscience réflexive des différentes parties qui composent la signifiance (film, spectateur, dispositif ; et leurs modalités d'échange), conscience réflexive élaborée à partir d'expérience de films de cinéma. Ainsi, l'on peut regarder la télévision en cinéophile ; et si l'on est alors généralement critique, c'est parce que le propre du régime symbolique télévisuel est d'occulter le processus de production. Daney a fait l'expérience du « retour du refoulé ».

Le *métamarché*, les multiplexes, qui valorisent le cinéma, font-ils ce dépassement que nous évoquons ? Non. Certes, ils valorisent une partie qui a été occulté (la salle), mais ils demeurent dans la même logique adialectique de valorisation que les complexes ; la salle

n'est pas un outil de dépassement (vertical), de compréhension des différents enjeux esthétiques et politiques, mais un élargissement, une extension, un développement (horizontal) du système idéologique, un maintien dans la fétichisation (renforcée par la reconnaissance du consommateur en ce qu'il est acteur de sa propre aliénation de l'idéologie qu'il performe). Si nous enjoignons les exploitants offrir les cadres d'un pareil dépassement, nous avons cependant bien vu qu'ils sont inscrits dans un espace public cinématographique qui privilégie le film. C'est pourquoi, dans une réélaboration du système de soutien, dans la problématisation de l'inscription de l'exploitation dans l'espace public cinématographique, et dans la problématique de l'inscription de cet espace dans l'espace public, nous évoquons l'importance d'une professionnalisation claire et de l'exposition de « référentiels métiers ».

Il s'agit d'éviter une définition implicite, par *routinisation*, du service, mais, au contraire, de la déduire de ce qui constitue une expérience cinématographique. Ce que Cavell appelle « condition sceptique » n'est rien d'autre que le fait d'éprouver une inquiétante étrangeté (ou mieux inquiétante non-familiarité) dans la signifiante ; ce n'est rien d'autre que le fait de concevoir que les signes ne sont pas simples moyens d'échange, qu'ils ne garantissent rien. Si l'ordinarité, la familiarité consiste à s'intéresser au « fonds » du signe, au signifié, la non-ordinarité, le scepticisme consiste à éprouver le caractère opératoire du signe. Au final, la peur de l'expressivité – qui est corrélative de la condition sceptique – n'est rien d'autre que le fruit d'une croyance en la pureté du signifié, d'une croyance en l'abstrait versus respectivement le signifiant falsificateur et la matérialité. Et si nous évoquons « l'inquiétante étrangeté » de Freud en parallèle de la « condition sceptique » de Cavell, c'est que dans les deux cas, il s'agit d'un sentiment de la conscience, d'un sentiment qui s'inscrit dans l'ordre du Logos ; autrement dit, que les deux cas sont des expériences de retour du refoulé, de retour d'antériorité déniée.

Que fait Cavell – en un geste individuel – pour dépasser ce problème ? Il part à la recherche des sources mêmes de signification du cinéma, il cherche ce qui constitue son expérience de spectateur... (En quelque sorte, la présente thèse reprend et poursuit cette enquête ; elle vise une approche peut-être un tout petit peu plus systématique.) Il remonte l'ordre du symbolisme. Il en résulte une approche, au premier abord, étonnante. Prenons le rapport moral au film et au questionnement moral qu'offre un film : il expose notamment ce que nous avons déjà appelé le « *kairos Cavellien* », la saisie du moment de basculement. Le *kairos Cavellien* est le chemin inverse du symbolisme : c'est concevoir que tous les actes et pensées sont suprêmement personnels, uniques, individuels, mais qui perdent toutes ces

caractéristiques aussitôt qu'ils sont traduits par la conscience, c'est-à-dire par un ordre du *Logos*. Or, l'exposé initial qui va conduire au basculement est précisément cette traduction de la conscience, cette codification, ce donné qui apparaît comme immédiat et le *kairos*, c'est saisir le moment stupéfiant où il y a singularité. Et ce qui se passe au sein de la diégèse est structurellement comparable à ce qui se passe entre le spectateur et le film, entre son expérience et la morale : on découvre que, en-deçà de la morale, de la parole, de la conscience de quelque chose, de l'identité, il y a une écriture, une productivité spécifique. Et Cavell de défendre la morale versus le moralisme : le second se réfère à une transcendance, le premier porte attention (ou, mieux, « paie de l'attention » pour le dire comme les anglo-saxons) à ce qui se produit, à ce qui produit.

Le principe de la profession d'exploitant est d'offrir des objets permettant pareille expérience, ainsi que d'offrir un cadre qui donne une possibilité pour cette expérience. Il y a donc, à la fois, une problématique de programmation et une problématique de spectacularisation.

Les pouvoirs publics doivent reconnaître et soutenir la salle en fonction des procédures de médiation et non pas selon la simple programmation. C'est en interne, dans un dialogue entre les pouvoirs publics et les différentes associations que peuvent être calculés les quotas et peuvent être établis les éléments référentiels – au même titre que cela s'est progressivement établi dans la logique de qualification des salles par les quotas de projection de film *art et essai*. Nous proposons, à ce titre, deux points. D'une part, dans les éléments référentiels, devraient être pris en compte les partenariats établis entre l'exploitant et des réseaux associatifs. En effet, si nous défendons la diffusion de l'art et essai mais plus encore l'animation culturelle, ainsi il vaut mieux défendre une salle qui anime, - qui donne de l'âme – qu'une salle qui diffuse des films qui intéressent peu de spectateurs, cela ne revient pas à dire de supprimer ces films « différents », au contraire, il faut les amener autrement, peut-être en les programmant de manière plus soignée, comme le fait *l'Alhambra*. Cependant, si les salles sont ainsi soutenues financièrement par les relations de partenariat, il convient qu'elles redistribuent autrement le capital avec ses partenaires : en effet, lors de nos entretiens, il est clairement apparu que les exploitants laissent une relative « disponibilité » de leur établissement aux associations, mais veillent à récupérer toutes les recettes⁷⁵².

⁷⁵² cf Annexe 13 : « entretien avec Nathalie Guimard, coprésidente de *Fotokino* » ; plus radical encore, la situation à Bourg en Bresse, cf annexe 17 : « entretien avec Isabelle Faure, présidente de l'association *Cinémateur* », p.932.

À une échelle plus locale, nous rejoignons la proposition d'Olivier Babeau de baisser les taxes sur les locaux. De même, il s'agit d'établir des critères précis statuant des relations économiques (et symboliques) entre les municipalités et les exploitations... Au lieu de laisser à la discrétion des municipalités, départements et régions, les politiques de soutien, il serait important de définir les différentes actions des exploitants et de poser plus clairement une politique de soutien. Par exemple, -une fois encore, ces propositions n'engagent que nous et, surtout, mériteraient à être circonscrite – l'importance du travail partenarial devrait être reconnu aussi bien par une municipalité que par le CNC – la salle participe alors activement de la vie culturelle. La région devrait beaucoup plus soutenir le dispositif jeune public – et notamment les problématiques de déplacements de ces jeunes publics. Le département devrait, entre autre, soutenir les associations d'exploitants et participer à leur visibilité...

Ainsi, au terme de cette réflexion sur les problématiques-métier de la fonction d'exploitation, nous espérons avoir contribué à la circonscription de celles-ci et à une requalification de cette profession. La présente thèse n'offre malheureusement pas de solution, dans l'immédiat, mais a visé à rendre compte des logiques symboliques et dialectique à l'œuvre actuellement. Elle n'a pas d'autres prétentions que cela. Ce sont aux acteurs de l'espace public cinématographique de s'articuler à l'espace public, de saisir toutes les problématiques dialectiques engagées et de trouver une solution aux problématiques actuelles et ne pas la considérer comme universelle, mais toujours historiquement déterminée. Mais, c'est avec une telle distanciation, un tel recul critique, que l'on peut voir de nouvelles perspectives et que le monde nous apparaît plein de richesses, merveilleux dans son imprévisibilité !

B. Recul critique sur le travail : portées et limites de cette réflexion

Nous allons présentement procéder à un bref recul critique, établissant ce qui nous apparaissent être les portées et limites de ce travail et ce, sur le plan universitaire ainsi que sur le plan du champ professionnel.

i. Sur le plan professionnel

Si la question initiale était simple – à savoir définir les problématiques – métiers de l'exploitant – la réponse ne l'est pas. C'est que la fonction d'exploitant ne doit pas être définie isolément. Elle doit être définie en relation à l'esthétique du cinéma (puisque c'est ce sur quoi elle fait médiation), mais également en relation à l'espace public cinématographique et à la manière dont cet espace définit une pratique cinématographique. Il fallait donc circonscrire le cadre discursif, le cadre d'action de l'exploitant au niveau de ces deux points. Or, il apparaît – notamment à travers l'esthétique de l'imprévisible, le cinéma élargi, etc. – que les problématiques esthétiques et symboliques contemporaines prennent de nouvelles formes, de nouveaux rapports de signification qui, loin de dénier les articulations réel / symbolique / imaginaire jusqu'alors problématisées (ce qu'incite à croire l'idéologie postmoderne), se posent en complément, les expriment différemment et montrent l'incidence de la sociabilité. Il y a là des nouvelles formes qui pourraient être prises en charge par les exploitants sans pour autant désingulariser le cinéma – et quelques exploitants sont en train d'y procéder – et les nouveaux dispositifs numériques, loin de ne simplement renforcer les positions dominantes, peuvent également permettre de réorganiser les programmations ainsi que les « animations ». Cependant, dans l'ensemble, ces nouvelles problématiques ne sont pas prises en charge par l'espace public cinématographique qui reste enfermé dans sa logique interne et qui s'embourbe dans un rapport conflictuel avec le marché. Autrement dit, ce n'est pas seulement le champ de l'exploitation qui est en crise, mais bien l'ensemble de l'espace public cinématographique.

La possible portée de cette thèse, pour des acteurs du champ de l'exploitation, consiste à montrer les logiques historiques qui ont conduit au contexte actuel, où les professionnels doivent suivre le mouvement des *leaders* de marché. Ces logiques sont notamment ancrées dans une économie qui s'oriente exclusivement sur la production et la valorisation du film, et qui ne prend pas totalement en compte sa diffusion (du reste, les débats portant sur le calendrier des médias, se raccourcissant toujours, montre bien l'incapacité de cerner l'importance de chaque support de diffusion). Ce faisant, les exploitants n'ont qu'une qualité de diffuseur.

Tout ce travail, nous l'espérons, démontre que la fonction d'exploitant, comme fonction de médiation, ne se réduit pas simplement à l'aspect programmation, mais engage aussi une logique d'animation, une logique discursive. Il s'agit donc de requalifier l'exploitation et d'envisager leur fonction sous ces deux angles qui sont complémentaires et essentiels. Loin de les positionner totalement en dehors du marché, cette conception implique notamment un

marché spécifique, relié au marché du film, et qui a la double vertu, non seulement de participer de la logique de la politique culturelle française, mais également d'endiguer (partiellement et au moins temporairement) les dérives du marché et son risque d'érosion par *désingularisation*.

Ce sont les acteurs de l'espace public cinématographique qui doivent trouver l'idéologie de leur action à venir pour surmonter la crise. Ce qui implique une réflexion sur les idéologies à l'œuvre actuellement dans les diverses pratiques – et ne plus différer ce problème dans une simple analyse d'usage des spectateurs, puisque ceux-ci s'établissent en rapport dialectique avec la pratique instituée -, et nous avons, de fait, proposer un certain nombre de critiques des diverses formes d'idéologies diséminées au sein de l'espace public cinématographique.

Cette thèse trouve ici ses limites. Si elle propose une première articulation entre les problématiques théoriques de la médiation et les enjeux économiques de la médiation et du marché, elle n'offre pas une analyse exhaustive de cette articulation, ni de solution pérenne. De même, si cette thèse analyse (notamment) les idéologies à l'œuvre dans de nombreuses exploitations, elle ne rend pas compte des problématiques économiques spécifiques selon les différentes formes juridiques de ces établissements – art et essai, exploitation publique, exploitation privée, etc. -, point qui est essentiel dans le cadre d'une réflexion économique approfondie. Point d'autant plus essentiel lorsque l'on évoque la nécessité d'une mise en place d'un référentiel métier qui permettrait une nouvelle ventilation des systèmes de soutien. De même, cette ventilation implique un grand nombre d'acteurs (CNC, Région, départements, municipalité) et s'enracine dans une économie politique très complexe qui dépasse non seulement le cadre de cette thèse, mais également le cadre de mes compétences.

Enfin, si nous avons essayé d'établir une réflexion qui prend compte de divers points de vue, nous ne saurions prétendre avoir englobé l'ensemble des points de vue du champ de l'exploitation, ni l'ensemble de la filière. Ainsi, peut-être qu'un certain nombre d'exploitants ne se « retrouveront » pas dans les propos glanés, ni dans les idéologies que nous avons circonscrites. Malgré la somme de travail qu'a représenté cette thèse, je serai ravi de l'apprendre : cela signifie qu'il existe encore d'autres pratiques, d'autres lieux potentiellement critiques, bref, d'autres sites d'imprévisibilité.

Dernier point qui nous apparaît (relativement) problématique et qui mérite d'être pris en compte : la très grande insistance sur le contexte franco-français. Effectivement, notre

analyse prend pour objet l'exploitation française, dans l'espace public français. Est-ce pour autant à dire que cette thèse ne problématise que le contexte français ? Non. Il nous est apparu que les problématiques-métiers sont à peu près les mêmes au Québec. Certes, et ce point est très important, il n'y a quasiment pas de système de soutien, de structure économique comparable au CNC. Il n'en demeure pas moins que les exploitants y ont une fonction réduite à une fonction de diffusion, qui rencontre les mêmes problèmes que les salles en France. De même, au-delà de problématiques liées aux spécificités culturelles, les propos de Roland Smith ne diffèrent pas fondamentalement des propos que nous avons pu glaner en France. De plus, bien que nous soyons français, l'exemple du *Cinévidéoclub* de la ville de Québec nous apparaît un lieu de médiation particulièrement intéressant.

Ainsi, nous insistons sur une ouverture de notre travail – et, notamment, une ouverture vers la francophonie. Si nous avons consacré beaucoup de pages aux institutionalisations, c'est également pour en montrer les problématiques, les portées et limites – ainsi, loin de ce que l'on peut imaginer, de l'étranger, le contexte français n'est pas un « contexte doré », où « l'herbe est plus verte ». Ce contexte est en crise, et les questions que doivent se poser les acteurs de l'espace public cinématographique français ont les mêmes fondamentaux que les questions qui se posent ailleurs. Ainsi, si Roland Smith développe une stratégie pour être reconnu (et soutenu financièrement) comme *art et essai*, la définition de cette culture et de cette pratique doit être (selon la présente thèse) également considérablement relancée en France. La définir non plus selon les logiques historiques françaises, ni selon la culture franco-française héritée des Jeunes Turcs et de Jean Lescure, mais selon une logique de médiation, avec toute la réflexivité que cela implique, ouvre cette définition à une logique plus normative, donc plus transculturelle.

ii. Sur le plan universitaire

C'est évidemment le jury de la présente thèse qui aura la distance et les compétences nécessaires pour évaluer les portées et limites du présent travail. Il n'en demeure pas moins que nous considérons, pour l'heure, un certain nombre de points positifs, un certain nombre de limites, mais également des ouvertures problématiques.

Cette thèse souffre très certainement de problèmes méthodologiques, notamment à travers la pratique des entretiens semi-directifs, ainsi que d'un relatif manque de

connaissances et de rigueur dans les exploitations de données économiques. C'est que la présente thèse ne prétend pas offrir de manière exhaustive toutes les problématiques spécifiques qui sont engagées. Cela nécessiterait un travail qui dépasse très largement les cadres d'une thèse et implique une multiplicité de compétences qu'un seul chercheur ne saurait avoir.

La prétention de cette thèse est simple. L'objet étudié est une fonction sociale et discursive qui connecte des ensembles différents, qui met en relation divers espaces publics ; l'exploitant est au croisement des problématiques esthétiques, symboliques et économiques. Cette thèse s'inscrit en Sciences de l'Information et de la Communication, sciences interdisciplinaires, et a veillé à rendre compte de ces croisements, ce qui implique des croisements disciplinaires. Nous avons cherché à prendre en compte le plus possible le vocabulaire spécifique à chaque discipline, la manière dont elle traite des problèmes et, surtout, nous avons cherché à les croiser. En effet, par-delà les frontières disciplinaires, nous avons essayé de montrer un certain nombre de problématiques communes. Ainsi, si nous ne saurions prétendre offrir des solutions économiques, sémiotiques ou même philosophiques aux problématiques-métiers de l'exploitation, nous avons aperçu que ces diverses approches peuvent rendre compte, d'une certaine manière, de l'articulation imaginaire / symbolique, des problématiques de sociabilité et d'expérience, et de l'organisation des institutions au sein d'un espace public. Ce sont donc des spécialistes de chaque discipline qui peuvent, *a posteriori*, prolonger, préciser, relativiser les propos de cette thèse ; il n'en demeure pas moins que, ce faisant, ils sont engagés dans une problématique commune. Nous espérons avoir bien manifesté ce croisement qui nous apparaît important pour analyser les problématiques contemporaines, qui sont au moins aussi complexes que celles de notre objet.

À un niveau plus strictement philosophique, nous avons essayé de montrer la difficile articulation d'un *héritage* (théorique et culturel) avec les problématiques contemporaines qui tend à les effacer dans une logique d'échange global et immédiat. Et si l'on invite l'espace public cinématographique à revoir son héritage culturel, l'on devait, en préambule, positionner notre discours vis-à-vis de cet héritage culturel, notamment en le positionnant vis-à-vis de notre héritage théorique.

Cette articulation héritage/contexte de contemporanéité nous semble avoir été traitée à différents moments de l'histoire de la pensée – notamment, chez Platon, mais aussi chez

Benjamin⁷⁵³ – et cette articulation n'est pas une simple problématique française ou européenne, mais une problématique spécifique à toutes les cultures inscrites dans une globalisation : ainsi, avons-nous considéré comme important de relier les théories européennes, notamment Benjamin, aux théories nord-américaines encore eu connues en France, à savoir celles de Stanley Cavell⁷⁵⁴ et celle de Fredric Jameson.

Cela comporte, évidemment, beaucoup de problèmes théoriques : il est, en effet, extrêmement compliqué (et il peut apparaître douteux) d'inscrire des théories de Platon et de Kant dans une problématique postérieure à leurs réflexions ; de même, il peut apparaître très problématique de relier Cavell et Jameson à Benjamin. Cela implique une certaine technicité de lecture et un fort travail de contextualisation. Nous ne prétendons pas y être parvenus, mais nous espérons, au moins, avoir montré un certain nombre de co-incidences, un en semble de points problématiques (et leurs dépassements) communs au sein de ces auteurs. Si, de fait, leurs théories ne s'inscrivent pas totalement, ne sont pas résorbées dans les connexions que nous faisons – puisqu'il ne s'agit jamais que d'une interprétation donnée, dans un contexte donné -, nous espérons néanmoins avoir montré un certain nombre d'attention et de souci communs entre eux. En effet, vous l'aurez compris, la manière dont nous concevons les problématiques *d'héritage*, les problèmes relatifs à l'idéologie postmoderne, sont des problématiques du *commun*, de l'appartenance collective, de la mise en relation d'éléments qui – à première vue, semblent disparates et séparés -, lorsqu'ils sont mis en relation, créent de la signification. Et il nous est apparu nécessaire de contrevenir à séparation des auteurs par souci épistémique (qui est pertinent aussi longtemps qu'il ne s'inscrit pas dans un hyper relativisme) et de les relier, avec une certaine *bienveillance* – nous ne prétendons pas maîtriser l'ensemble de leurs théories, mais nous ne les reléguons pas non plus au passé, autrement dit, nous cherchons encore un dialogue.

"*La crise, c'est quand le vieux se meurt et que le jeune hésite à naître*", nous dit Gramsci. Cette problématique n'est pas générationnelle, mais idéologique : ce n'est pas Benjamin qui est « vieux », ni même Cavell ; c'est le fondement idéologique du postmoderne, qui date (au moins) des mauvaises interprétations de Kant. Le « vieux » est la croyance en la

⁷⁵³ Nous souhaitons remercier Andrea Allerkamp de nous avoir fait (re)découvrir cet auteur dont les théories, en France, ne sont pas très bien connues puisque l'on résume souvent son travail à l'article portant sur l'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique, dont on ne comprend tout le sens qu'après un parcours général de cet auteur.

⁷⁵⁴ Nous souhaitons remercier encore une fois M.Serge Cardinal de nous avoir fait découvrir cet auteur qui nous apparaît essentiel et qui est, malheureusement, encore peu connu en France.

toute puissance de son jugement et de son individualité, croyance qui implique des rapports de conflits et un déni du symbolique. Au contraire, la disposition critique n'est pas une simple distanciation – comme semblait le croire Kant –, mais l'étonnement des productions du monde, l'étonnement des relations de l'homme au monde et de sa réflexivité ; en cela, l'articulation politique et esthétique, la disposition critique, est une idéologie de « perpétuelle jeunesse ». Benjamin l'appliquait notamment dans ses obsessions de collectionneurs et dans ses promenades, Cavell dans sa constante redécouverte du cinéma américain et européen. Ce sont là des *écritures* singulières de cette « jeunesse » ; ce sont là des manières de poétiser l'existence.

À l'heure où nos projections (théoriques) s'achèvent et que la lumière (de l'appréciation du lecteur) s'allume, nous invitons à une attention au monde, une manière d'être, une disposition de bienveillance et de curiosité, une « jeunesse ». Nous laissons donc les derniers mots à un monsieur âgé qui, à sa manière, a gardé cette « jeunesse » :

« Les secrets de l'adolescence, je crois que c'est les aspirations à la vie, c'est la volonté de vivre sa vie, la volonté de la vivre poétiquement et pas prosaïquement. (...) Chaque âge de la vie contient les autres âges. Quand on est adultes, qu'on joue aux courses, qu'on regarde des matchs de football, qu'on tombe amoureux, on est adolescents. Je crois qu'il faut garder l'enfance en soi, c'est-à-dire la capacité d'étonnement et de curiosité, qui se conservent dans l'adolescence, mais qui sont les vertus de l'enfant, c'est-à-dire, savoir s'étonner – et tout ceci disparaît quand on est domestiqué par l'éducation. (...) L'expérience de toute une vie n'a de sens que lorsque l'on en fait une réflexion, notamment sur soi-même »⁷⁵⁵.

⁷⁵⁵ Morin E., *Regard sur Edgar, entretiens thématiques accordés à Samuel Thomas*, Éditions Montparnasse, 2004

Université Lyon 2 Lumière

Ecole Doctorale : Sciences de l'Éducation, Psychologie, Sciences de l'Information et
de la Communication

Institut de la Communication

GROUPE TRIANGLE – UMR 5206

La Torpille Numérique

*Problématiques métier de l'exploitation
cinématographique à l'heure des
multiplexes et des offres multi-supports
(Volume 3 : Annexes)*

Benjamin LESSON

Thèse présentée en vue de l'obtention du titre de docteur en Sciences
de l'Information et de la Communication

Sous la direction de M. Bernard LAMIZET

Membres du jury :

Serge CARDINAL, Professeur des Universités, Université de Montréal

Laurent CRETON, Professeur des Universités, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle

Jean-Joseph GOUX, Professeur des Universités, Université Rice

ANNEXES

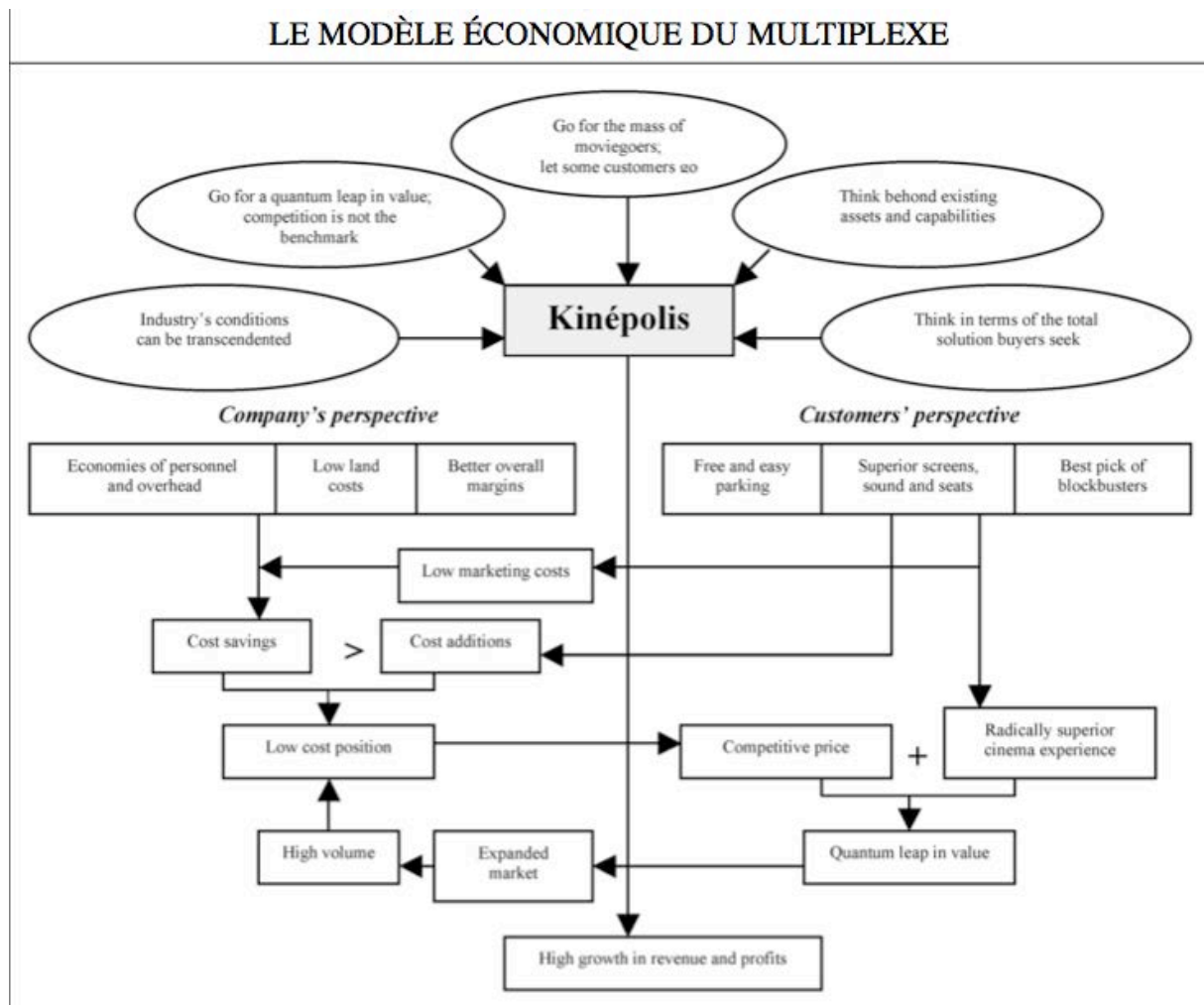
Documents visuels

Annexe 1 : L'imaginaire du conflit multiplexe / indépendants



Source : Télérama.fr

Annexe 2 : business plan de l'entreprise Kinépolis



source : Roy P. « Vertus de l'innovation stratégique pour les leaders de marché », Revue française de Gestion, 2005/2, n°155

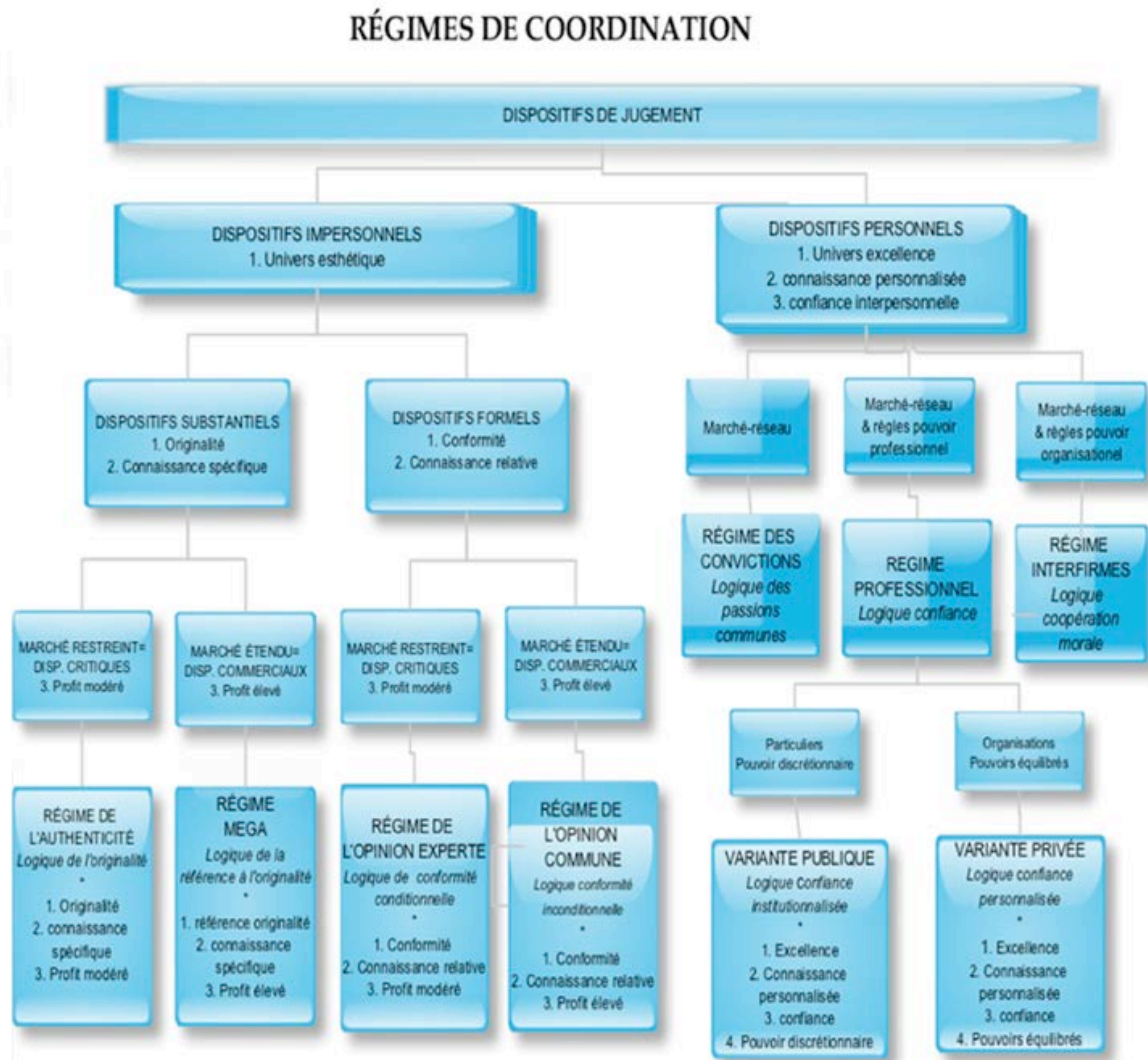
Annexe 3 : Le regard Marty Feldman



Source : *klaus-schaedel.de*

Il s'agit bien précisément de voir la position de l'exploitant : à la fois un regard direct et toujours un œil porté sur l'extérieur. Le jeu de Feldman, essentiellement comique, a été une alternance d'ironie et de « sur-jeu » : le mot d'esprit – sens du non sens – et la comédie présentée pour elle-même – la lutte du vivant contre le mécanique, dirait Bergson. Le regard et la posture de Feldman est l'expression même des luttes quotidiennes de l'exploitant. Et l'exploitation de ses caractéristiques physiques apparaît comme une réappropriation contre ce qui, par ailleurs, devrait être un handicap ; c'est peut-être cette posture morale que devraient avoir les exploitants, particulièrement ceux qui se jugent les plus démunis.

Annexe 4 : Le schéma de l'économie des singularités



© Lucien Karpik, 2008

Source : Canal-u.tv

Annexe 5 : CNP Terreaux, Lyon et le multiplexe Pathé, Conflans-Sainte-Honorine



Source : salles-cinema.com



Source : sodearif.com

Documents

Annexe 6 : Le conflit de rationalité entre les multiplexes et les salles *art et essai*

Cinéma indépendant versus multiplexe : le « conflit d'intérêt »⁷⁵⁶

CULTURE - À ma droite, Joël Luraine, directeur des cinémas Pathé à Lyon depuis de nombreuses années. À ma gauche, Marc Bonny, président du cinéma Comoedia depuis bientôt deux ans. L'un dirige des multiplexes d'un grand groupe, l'autre un cinéma indépendant qui a eu cette année maille à partir contre UGC. Libé Lyon a réuni ces deux grands professionnels pour y voir plus clair dans les conflits qui opposent les grands groupes aux autres cinémas à Lyon ou en périphérie. Baisse de la fréquentation, offres de films, tarifs...

On assiste à une multiplication des attaques juridiques des grands groupes contre les cinémas indépendants. C'était le cas avec UGC contre le Comoedia. C'est aussi le cas d'Uniciné⁷⁵⁷ contre le cinéma Gérard Philipe à Vénissieux qui va ouvrir un complexe de trois salles. D'où vient cette guerre entre multiplexes et cinémas indépendants ?

Joël Luraine (Pathé) : « Il faudrait d'abord s'entendre sur le terme de cinéma indépendant. Il y a un conflit d'intérêt, certes. Mais pas forcément entre multiplexes et cinémas indépendants. Un cinéma indépendant, c'est d'abord un cinéma privé qui, même s'il peut être aidé par des aides publiques, fonctionne par à partir de capitaux privés. Ensuite, il y a des salles municipales ou para-municipales comme Vénissieux qui ont un autre type de fonctionnement économique et qui ne sont pas pour moi des cinémas indépendants.

Marc Bonny (Comoedia) : Effectivement, il y a plusieurs typologies de salles aujourd'hui. Il y a des multiplexes, des privés indépendants comme le Comoedia ou le CNP, et puis les salles municipales. Ces dernières sont beaucoup plus dépendantes de l'argent public. Ce qui m'étonne dans les conflits qui existent maintenant depuis deux ans environ, c'est pourquoi ils ont lieu maintenant. Ces différents types de salles cohabitent depuis longtemps. Ce n'est pas nouveau. Ce que je constate, c'est que les groupes comme Pathé ou UGC, dans les années 80,

⁷⁵⁶ Propos recueillis par Luc Hernandez, *LibéLyon* 26/10/2008

Disponible sur : <http://www.libelyon.fr/info/2008/10/cinema-indpendan.html>, consulté le 20 avril 2011

⁷⁵⁷ Uniciné regroupe la plupart des grands groupes cinématographiques comme UGC, Pathé et Gaumont

s'implantaient dans les centres urbains et ne s'intéressaient pas à la périphérie. Il y avait un vrai désert cinématographique en dehors des grandes villes. Si les groupes avaient créé des salles en banlieue, il y aurait eu moins de salles municipales. Or, à cette époque-là, les groupes ont laissé faire parce que ça ne les dérangeait pas. À partir du moment où les groupes ont découvert avec l'outil multiplexe que les périphéries pouvaient représenter du public, ils ont changé leur fusil d'épaule. Le plus grand cinéma de l'agglomération en termes d'entrées aujourd'hui, c'est le Méga CGR à Brignais. Personne n'aurait parié ça il y a dix ans. C'est depuis que les groupes se sont rendu compte du potentiel commercial de la périphérie que les salles municipales sont devenues gênantes.

Joël Luraine : Il y a un phénomène qui a évolué quand même. C'est la chronologie des sorties. Dans les années 80, les salles des groupes ou les gros indépendants avaient les films en exclusivité, et les salles de périphérie avaient les films en deuxième ou troisième vision. Le problème est survenu lorsque l'accès aux copies s'est généralisé.

Marc Bonny : C'est vrai, mais il y a deux types d'attaque juridiques aujourd'hui. Il y a celles qui viennent directement d'UGC, et il y a celles qui viennent d'UniCiné qui représente l'ensemble des groupes y compris Pathé. Ils considèrent à un moment donné qu'il y a une concurrence qui leur ait faite qui n'est pas normale.

Joël Luraine : Ce n'est pas la concurrence qui pose problème. C'est l'attribution de subventions de l'Etat là où elles ne sont pas justifiées. C'est un problème chiffré. Depuis sept ou huit ans, les salles intra-muros de Lyon, à périmètre égal, ont perdu un nombre d'entrées considérable, alors que les périphéries en ont plutôt gagné, parce qu'elles ont amélioré leur équipement et parce qu'elles ont eu accès aux films. Au départ, ça ne posait pas problème parce que l'offre n'était pas la même. Or on s'aperçoit maintenant que ces salles de périphérie qui tournent bien font 70% de leurs entrées sur les mêmes films que nous. Economiquement, ça devient donc dangereux pour nous. C'est peut-être là que se situe le débat : si les aides de l'Etat vont vers des salles qui passent les mêmes films que nous et qui vont nous priver directement de spectateurs, on n'est plus dans une mission de service public. Et puis, il y a parfois des discours un peu faciles. On nous explique que les salles municipales font beaucoup de scolaires et qu'elles doivent grossir pour en accueillir davantage. Très bien, mais nous, multiplexes, nous sommes exclus des politiques scolaires alors que nous en avons les capacités. Ce n'est pas très cohérent. On se sent un peu méprisés alors même qu'on fait un travail honorable. Chacun peut battre sa coulpe dans ce domaine. On n'est pas forcément des méchants et on ne l'a jamais été. Il y a simplement besoin de trouver un équilibre.

Ces conflits naissent aussi parce qu'il y a peut-être une uniformisation de la programmation. Des films comme « Entre les murs » ou le dernier Woody Allen sortent partout...

Marc Bonny : La programmation a beaucoup évolué. « Valse avec Bashir » est devenu un enjeu pour les multiplexes, alors que ce n'est pas du tout un film grand public. Les multiplexes vont beaucoup plus vers l'art et essai porteur et les salles art et essai ont élargi leur offre vers le cinéma grand public. Du coup, il y a une vraie zone de contradiction. Cette uniformisation traduit une véritable difficulté économique pour les salles de cinéma aujourd'hui, y compris les grands groupes. L'arrivée du numérique accentuera cette tendance à avoir le même film partout en même temps puisque le film coûtera moins cher. Je pense que les conflits aujourd'hui sont aussi une façon de prévenir cette évolution.

Joël Luraine : Cette tendance va continuer. Dans la période actuelle où la fréquentation n'est pas bonne, on voit qu'elle est quand même maintenue du côté des cinéphiles. Les multiplexes vont donc continuer à s'ouvrir vers des films plus difficiles.

La baisse de la fréquentation n'est-elle pas due notamment à une baisse de qualité du côté des films grand public, du cinéma de divertissement ?

Joël Luraine : Certainement. Je pense que si on pêche aujourd'hui, c'est d'abord parce que le cinéma américain n'est pas très créatif. On n'a plus de nouveaux concepts de films pour le moment. Ça reviendra. Batman ou James Bond, c'est bien, mais ce sont des franchises qui existent déjà.

Marc Bonny : Le cinéma est un marché de l'offre, et cette offre manque. C'est surtout le divertissement familial qui est rare, le film qui arrive à fédérer les enfants, les ados, les parents. C'était aussi une partie de la réussite de « Bienvenue chez les Ch'tis ».

Joël Luraine : Peut-être aussi que la trop grande offre que l'on a aujourd'hui fait que le spectateur s'y perd un peu. On n'arrive plus à faire ressortir quelque chose du lot.

Le cinéma n'est-il pas non plus devenu trop cher ? Les aides publiques des salles municipales servent aussi à avoir des tarifs plus accessibles...

Joël Luraine : Qu'on facilite l'accès au cinéma par un système d'aides, c'est très bien. Ça ne me gêne absolument pas que la place soit moins chère. Ce qui me gêne, c'est que le même film coûte plus cher à un multiplexe qu'à une salle municipale. C'est là le problème. Pourquoi devrions-nous payer un film plus cher ? C'est là que je trouve que le système est pernicieux. Les multiplexes ont quand même aussi permis de faire remonter beaucoup d'argent au

cinéma. Si on peut encore investir dans des salles de cinéma aujourd'hui, c'est parce que tout le monde y a participé, et particulièrement les multiplexes.

Et d'une façon générale, notamment par rapport à la fréquentation du public occasionnel, le cinéma n'est-il pas trop cher ?

Joël Luraine : Dans la perception des gens, il est trop cher. La preuve, c'est que dès que nous faisons des offres commerciales, elles fonctionnent. Le problème, c'est que pour faire vivre notre entreprise, on a besoin d'un prix moyen. Le prix moyen d'une place n'est d'ailleurs pas très élevé aujourd'hui, il reste en-dessous de 7 € alors que le plein tarif s'affiche à 9,50 €. Ce qui est dommage, c'est que l'image n'a plus de valeur aujourd'hui. Le piratage fait qu'on peut avoir tout pour pas cher, les DVD à louer sont à 3€. Ça ne veut plus rien dire.

Marc Bonny : C'est une toute petite minorité du public qui paye le plein tarif. Mais comme il est affiché, c'est ce que les gens retiennent, alors que peu de gens paient ce prix-là. Le cinéma augmente beaucoup moins que le coût de la vie en réalité, simplement il y a une perception qui est négative. Le plein tarif donne trop l'idée d'un prix cher, et les gens se disent aussi qu'un film, ils peuvent le voir à la télé ou en DVD, même si ce n'est pas le même spectacle. C'est quand même un produit qu'on a l'impression de pouvoir voir ailleurs. Au Comoedia, on a fait très attention à ne pas être trop cher sur le plein tarif, même si en prix moyen on ne doit pas être beaucoup moins cher que Pathé.

Joël Luraine : Je suis convaincu aujourd'hui que la survie passe par l'augmentation de la fréquentation et pas par l'augmentation des tarifs. Donc le travail qu'on a à faire aujourd'hui, c'est de fidéliser nos clients, de les satisfaire pour qu'ils reviennent plus souvent. C'est pour ça qu'on fait des actions à longueur d'année, pour maintenir une fréquentation.

Dans ce contexte de fréquentation morose, est-ce qu'il est bien raisonnable d'ouvrir un nouveau multiplexe comme le fait Pathé à Vaulx-en-Velin en avril 2009 ?

Joël Luraine : Je pense que l'emplacement a vraiment été bien choisi. Le Pathé Vaise devrait faire cette année environ 650 000 entrées. On a dû créer au minimum 400 000 spectateurs, ou tout au moins avoir permis à des gens d'aller beaucoup plus souvent au cinéma dans notre zone. On voit bien que la clientèle reste très proche géographiquement. Je pense donc que l'agglomération de Lyon qui grossit peut largement supporter l'arrivée d'un nouveau multiplexe.

Marc Bonny : À Lyon, actuellement, ce sont l'Astoria (cinéma situé dans le 6^e arrondissement de Lyon et appartenant au groupe UGC, ndlr) et la Comoedia qui marchent le mieux. Parce que ce sont des cinémas de proximité mais aussi parce que ce sont d'autres

types d'équipements que les multiplexes. Quand il y a le choix pour d'autres équipements, il y a un public qui préfère des cinémas de plus petites tailles. Ce qui est important, c'est que le public continue d'avoir le choix. Il n'y a pas forcément besoin de 14 ou 20 salles pour faire vivre un cinéma dans une ville comme Lyon. Le pouvoir politique devrait plus souvent se demander s'il vaut mieux un seul endroit de 14 salles ou trois endroits différents de cinq salles. »

Entretiens avec des acteurs de l'espace public cinématographique effectués dans le cadre de la thèse

Annexe 7 : Entretien avec Marc Van Maël, Directeur adjoint à la programmation au cinéma Les Alizées – Bron, Inscrit au GRAC (23/10/09)

Moi :

Qu'est-ce qui vous a amené au cinéma et à l'exploitation ?

MVM :

Puisque vous aller voir Frederic Borgia, vous le saluerez pour moi puisque c'est grâce à lui que je suis là. J'étais directeur adjoint du crédit agricole de Berg (là où a été tourné *Bienvenue chez les chtis*) donc je me suis installé à Dunkerque. J'allais au cinéma art & essai à la MJC et c'était Frederic Borgia qui en était le directeur cinéma : le studio 43. J'ai fait mes armes d'administrateur avec lui et lui enrichissait ma culture cinématographique. Ensuite, j'ai repris des études pour venir dans le secteur culturel. Il a d'abord un client puis est devenu un copain.

Moi :

Je travaille donc sur les petits exploitants, sur les exploitants de salles art & essai et ceux de proximité ; leurs choix, leurs libertés, leurs contraintes... Il me semble d'ailleurs que débiter l'analyse en 2002, suite aux réformes du CNC me semble être un axe intéressant.

MVM :

Cette réforme est une évolution sur le plan qualitatif. Par-delà la programmation de films, il y a un intérêt pour l'animation, l'éducation à l'image qui est davantage valorisé par le biais des subventions. Donc forcément... Mais je ne suis pas un spécialiste.

Moi :

Cela n'a pas d'influence sur votre travail, avec toutes les subventions que cela permet d'avoir ?

MVM :

C'est vrai qu'il faut toujours s'intéresser aux budgets. C'est le fric qui nous fait être. Mais, nous touchons simplement 13 000 euros du CNC. Un peu plus parfois, un peu moins parfois. Donc on est toujours dépendants sans l'être tout en l'étant, quoi. Pas vraiment dépendant, ni vraiment indépendant du CNC dans le sens où 13 000 euros, ce n'est rien, mais il faut les avoir tout de même.

Pour vous expliquer mon point de vue, tout simplement : je viens du milieu banquier dans le Nord. En gros, je touche deux fois moins qu'avant. Autrement dit, mes motivations sont autres que financières. Quand je fais des animations, des soirées débats, c'est vraiment par goût et pas pour aller à la pêche aux subventions. Pour moi, l'action précède la subvention : je met en place des choses et des dispositifs et après on est récompensés pour ça. Je ne suis pas dans le plan : « ah, qu'est-ce que je vais faire en plus pour avoir des sous ? ».

Moi : Pensez-vous qu'il y aurait d'autres exploitants d petites structures qui, eux, seraient dans ce principe ?

MVM :

Non, je ne pense pas... J'espère que non. Franchement, il y a beaucoup d'exploitants qui sont passionnés, qui aiment leur métier. Comme beaucoup de métiers de la culture...

Moi :

Dans votre mémoire, vous évoquiez cependant des stratégies à revoir. Lesquelles par exemple ? La notion de marketing culturel ?

MVM :

Non. Le marketing cinématographique est tel qu'il est et voilà. Ce serait plutôt sur le problème des rapports de force économique avec certains grands distributeurs que je retoucherais mon travail. C'est un problème qui m'apparaît de plus en plus contraignant. Je pense entre autres à UGC qui, comme les autres, n'est pas innocent du tout. Ce qui préoccupe les exploitants généralistes et art et essai est surtout la diversité des œuvres. Par exemple, le but aux Alizées est que chaque semaine il y ait un film grand public, un film art & essai... Le cinéma de proximité doit avoir une approche qui puisse convenir à tout le monde sur le plan du territoire.

On a besoin de films porteurs (qu'ils soient art & essai ou pas) pour faire des entrées et pour « faire tourner la boutique » parce que c'est une association et, à ce titre, les salariés sont payés par l'association, donc les recettes sont « le nerf de la guerre ». Sinon, on arrête. En ce moment, le film porteur, c'est *Mission G*. Mais, dans les négociations avec le distributeur, l'accord est par exemple donné que si l'on diffuse ce film trois séances par jour pendant deux voire trois semaines. Or nous n'avons que deux salles ; donc une salle est déjà occupée. C'est un système qui marche sur la tête. D'autant plus qu'on pourrait très bien servir le film avec une seule ou deux séances par jour très bien ciblée. Mais nous sommes confrontés à une logique de tête de gondole : « moi j'occupe le terrain donc mon concurrent l'occupe pas ».

Le pire, c'est que cette logique peut être contre-productive. On a eu un exemple flagrant et typique : on voulait *Le petit Nicolas*, film populaire qui allait faire des entrées ; le distributeur exigeait « plein programme » pendant trois semaines. Malgré le frein dans la diversité que cela provoque, on a fait le pari que ce film allait marcher. En même temps, on appelle Warner pour obtenir *The Informant* qui sortait en même temps. Ces derniers exigeaient simplement au moins autant de séances que *Le petit Nicolas*. Ce qui voulait dire : on ne diffuse que deux films pendant trois semaines. Conséquences : on reste positionnés sur *Le petit Nicolas* et on ne prend pas *The Informant*. C'est absurde. Tout le monde aurait pu y trouver son compte. On

aurait pu bien cibler les séances pour projeter *The Informant*. Il y a un juste milieu entre proposer des films de manière indigente et de manière excessive ! Mais on est dans une logique du tout ou rien chez les distributeurs en ce moment.

Moi :

Vous disiez dans votre mémoire que les exploitants doivent connaître leur public ; pensez-vous que les distributeurs connaissent les exploitants et leur public ?

MVM :

Oui. Mais le problème, même si il ne faut pas non plus tomber dans la paranoïa, c'est qu'il y a une logique des groupes face auxquels les petits exploitants ne représentent rien. Pire, on pourrait se demander tout de même si il n'y a pas une stratégie sous-jacente de disparition des petites et moyennes exploitations par les grands groupes. Lesquels ne voient les films que comme produits d'appel et qui ont une logique intégrée où ils sont, à la fois, producteurs, distributeurs... exploitants... Du coup... Je pense à UGC évidemment avec Guy Verrechia qui ont collé un procès à Venissieux parce qu'ils sont passé d'une à trois salles sur les Minguettes pour concurrence déloyale et abus de position dominante ! Alors qu'il va y avoir trois nouveaux multiplexes sur Lyon !

Moi :

Justement, comment les multiplexes entretiennent leurs relations avec les réseaux art & essai ?

MVM :

Ils prennent le public, notamment en prenant des films art & essai. Foncièrement, le multiplexe est un centre de profit. Cela ne préjuge pas de leur salariés : par exemple, le directeur du Pathé de Lyon est un mec génial qui adore le cinéma. Mais, avant tout, ils osent là pour le profit.

De deux choses l'une : ou ils se disent, sur Pathé Bellecour, il y a une niche art & essai dans le centre-ville, et ils programment des films en V.O. pour ce public potentiel, ce qui est une logique économique, ou bien ils développent une stratégie d'étouffement (les deux propositions ne s'excluent pas l'une de l'autre) qui consiste à prendre une copie d'un film pour que le petit cinéma voisin ne l'ait pas. C'est une stratégie qui existe.

Moi :

Et sur leur pression pour l'accélération du processus de numérisation des salles ?

MVM :

On y est déjà au numérique. Après, ce sera l'offre de films qui va donner le ton. Par exemple, *Avatar* de James Cameron : 3D, relief, on va en avoir plein les médias, ce qui fait qu'on va se dire « merde, si je l'ai pas, c'est ennuyeux ». En gros, le numérique nous intéresse aussi pour le relief et pas seulement pour le numérique lui-même.

Bon, et puis le CNC met en place un système qui sera, à mon avis, effectif dès l'année prochaine et d'ici 5 ans toutes les salles seront en numérique.

Moi :

Quelles influences sur votre métier ?

MVM :

Avant tout un problème de financement puisque c'est d'un coût important. On compte alors beaucoup sur les fonds de mutualisation du CNC qui reventile une part des économies faites par les distributeurs.

De là à dire que ça va changer le métier... Mystère. Pour le moment, le message est : le système ne marche pas trop mal, on va essayer de maintenir ça. Cela signifie aussi que là où il y avait un nombre x prévu de copie pour un film, on ne va pas en avoir désormais trois fois plus, sinon tout le monde a le même film en même temps.

Peut-être que le numérique va permettre d'autres possibilités éditoriales : diffusion de match de football, concert... Ce qui n'est pas inintéressant ; moi, je trouve ça intéressant de reposer la question du sens. On pourrait aussi ajouter des compléments de cinéma : des interviews du réalisateur, etc. Mais on restera soumis à des impératifs économiques.

Moi :

Et votre relation au GRAC ?

MVM :

Le GRAC recouvre une bonne cinquantaine de salles (le mieux est de contacter directement Gregory ou Juliette à Villeurbanne) qui fait des chèques cinéma pour les C.E., un visionnement mensuel de 4 films en avant-première pour les exploitants, quelques actions communes (cinémaction, toile des gones...), programmation commune qui permet une économie d'échelle et de réseau. Ce sont les salles qui sont au conseil d'administration car le GRAC n'a que deux salariés.

Moi :

Mais n'y a t'il pas des conflits internes ? Des concurrences qui sclérosent le réseau ?

MVM :

Ce sont surtout des salles de proximités, elles sont soit associatives, soit municipales, soit indépendantes. Pas vraiment de concurrence de terrain (même si Vénissieux devient un vrai concurrent dans le sens où ses trois salles sont à 15 minutes des Alizées) et, au contraire, des objectifs et des idées en commun. Si on a une espèce de code de bonne conduite, la meilleure option qu'on a eu entre trois salles, c'est d'avoir un programme en commun. On est à la fois individualistes, mais on ne se tire pas la bourre.

En plus, au niveau des spectateurs, plus on va au cinéma et plus on va au cinéma, donc il y a intérêt à ce qu'il y ait beaucoup de cinéma et que les gens aient l'habitude de sortir. Il ne faut pas oublier l'importance de ce que l'on appelle la concurrence positive.

C'est ainsi que l'on peut proposer annuellement plus de films. Cependant, le conflit avec les distributeurs a pris de l'ampleur : par exemple, il y a trois ans, on proposait 5/6 films par semaines, maintenant 3 ou 4.

Annexe 8 : Entretien avec Gregory Tudella, responsable Jeune Public au sein de GRAC (26/10/09)

Moi :

Je m'interrogeais sur la manière dont s'est constitué, mais aussi par quelle manière se consolide, le GRAC. Sur quelles mécaniques, sur quelle logique vous positionnez-vous et quelles sont vos méthodes ? Il y aura aussi un autre point que je voudrais voir avec vous précisément, c'est celui du jeune public, puisque ce public apparaît clairement comme public à capter et à sensibiliser, voire une véritable niche aujourd'hui. Et pourtant ce public semble presque insaisissable...

GT : Et bien, le GRAC a été créé en 1982 par des exploitants – qui ne sont désormais plus en activité -. Le GRAC ne regroupait alors que trois salles qui essayaient de résister aux complexes. À l'époque, il n'y avait pas encore les multiplexes, mais les complexes établissaient déjà une concurrence telle, avec des logiques relativement dures, et le GRAC est apparu, à l'image d'autres structures régionales à peu près identiques. Chaque salle participant du GRAC a un représentant au sein de l'association – puisqu'elle est administrée par les exploitants – et régulièrement il y a des élections. L'administration et le bureau donne les grandes directives. Moi, je suis salarié et ma mission est de mettre en place les politiques définies par les administrateurs. Notre travail a pour objet le cinéma art et essai, de favoriser la circulation de l'information et des films. Il s'agit d'aider les salles : plutôt qu'elles soient isolées chacune dans leur coin, à bricoler comme elles peuvent, elles sont aidées, notamment par une mutualisation des moyens.

Par exemple, prenons le cas de circulation de films : prenons *Liberté* qui va sortir dans quelques semaines. Bon, une salle veut programmer ce film, et essaie de prendre contact avec le distributeur. Nos salles vont plutôt programmer ce film pendant une semaine – c'est rare qu'elles en prennent plus longtemps parce qu'il y a peu d'écrans et un grand turn-over de films et les salles sont à la fois art et essai et généralistes. Donc, dans ce cas de figure, et bien le distributeur ne va pas donner de copie ; il va préférer attendre la sortie nationale et, éventuellement, donner une copie dans les semaines suivantes. Nous, ce que l'on fait, c'est que l'on récolte les demandes de films et l'on propose une circulation de copie. Nous sommes des intermédiaires entre le distributeur et les salles ; ainsi, nous organisons les séances entre les différentes salles, sur plusieurs semaines et le distributeur est assuré d'une bonne exposition de son film. Bon, on n'a néanmoins que très rarement de copie directe par les distributeurs et l'on traite bien souvent avec l'ADRC (Agence pour le Développement Régional du Cinéma), qui est une émanation du CNC et qui soutient les groupements et les salles comme les nôtres en finançant le tirage de copies. Vous prenez un film comme *Le ruban blanc* : nous n'avons pas de copie pour toutes les salles, mais, à partir de la 2ème semaine, l'ADRC finance une copie.

Voilà, ça donne une idée de ce que l'on fait. Après, au fur et à mesure du temps, les orientations de l'association ont évolué. C'est vrai que, depuis quelques années, on a beaucoup mis l'accent sur le jeune public ainsi que sur le cinéma de répertoire. Pour le jeune public, le grand tournant, je pense, ça a été 1998, l'année où est sorti *Kirikou*, parce qu'on s'est aperçu qu'il pouvait y avoir des propositions passionnantes de la part de cinéastes et de

petits distributeurs en France et qu'ils pouvaient avoir un vrai poids dans ce que l'on peut offrir à ce public. Mais, avant de poursuivre, j'insiste sur le fait qu'avec le jeune public, on est dans une logique différente, on est dans une économie qui est un peu différente : un film jeune public peut avoir une carrière très longue. Enfin, je parle de film art et essai jeune public, parce que les grosses productions américaines en animation sont traitées de la même manière que n'importe quel autre film. Voilà, les deuxièmes peuvent faire des millions d'entrées, les nôtres, sur 6 mois peuvent faire 400 000 entrées (ce qui est énorme pour des films de cette taille-là). Et *Kirikou* par exemple a fait plus d'un million d'entrées. Ce sont des films qu'on utilise souvent d'une année sur l'autre. Donc ce film a créé un tournant ; il y a eu aussi une réforme au sein de l'AFCAE qui a initié un travail de réflexion sur ce public. À l'occasion, je ne travaillais plus au GRAC, j'étais dans ce groupe de réflexion à l'AFCAE. J'ai ensuite travaillé ailleurs et je suis revenu il y a 4 ans, en 2006, au GRAC. Tous les mois je vais à une réunion de l'AFCAE à Paris, où l'on prévisionne des films et, si les films nous plaisent, nous trouvons un moyen de leur accorder différents types d'aide. Notamment l'impression de petits documents à l'attention des spectateurs. C'est le soutien le plus important que l'on accorde. Après, au niveau du GRAC, ce que je fais, c'est que j'en achète une certaine quantité que je distribue gratuitement aux salles. Ainsi, le GRAC amortit les coûts et les salles ont une communication sans avoir à la payer directement. Ensuite, ce que l'on fait aussi, lorsqu'un film nous plaît, c'est de le présenter en prévisionnement dans la région, ainsi les salles peuvent découvrir un film à diffuser. Pour les films adultes, on fait une journée de projection par mois et, pour le jeune public, j'organise deux, trois journées par an. Il y a aussi la mise en place de la circulation de films. Ça, au niveau du jeune public, ça fonctionne bien. Sur certains films, on arrive à organiser une rotation sur 15 semaines.

Voilà, tout cela, on le fait toujours avec l'AFCAE, qui apparaît comme le filtre à Paris et le GRAC est le pôle qui rediffuse l'information au niveau de la région. Bon, et puis les salles ont eu envie de créer un temps fort consacré au jeune public dans l'agglomération lyonnaise. C'est pour ça qu'on a créé un festival qui s'appelle *Les toiles des gones*, qui a lieu pendant les vacances de la Toussaint et dont l'idée est de constituer un bouquet de films pour ce public que les salles peuvent diffuser tout au long de la semaine de vacance, plutôt que les salles ne se concentrent que sur un seul. Après, le nombre de film exploité est le seul choix de chaque salle. Le GRAC s'occupe des programmes papier, des affiches, de la communication sur l'événement. Cette année, nous avons eu tout de même 17 salles qui ont participé à l'événement.

Moi :

Et pour ce qui est de l'animation auprès du jeune public, vous ne prenez pas cela en charge ?

GT :

Sur cet événement là, non. De temps en temps, il se peut que j'aide une animation à se monter, mais on laisse les salles prendre en charge cette partie là. D'autant que certaines d'entre elles ont déjà des animateurs jeune public.

Moi :

Et au niveau de ce public, y a-t'il eu des changements significatifs ?

GT :

Depuis les 10 ans où je suis en charge de ce type de poste, il y a des évolutions : déjà, par rapport à avant, on a plus de films à proposer alors qu'on n'avait alors qu'un film par an à peu près. Cela nous permet d'avoir une action différenciée et précise : notamment en mettant sur l'âge du public de tel ou tel film. Avant, on amenait l'enfant de trois ans voir le Disney, même

si le film durait 1h30, ce qui ne leur correspond pas forcément. Il y a même des distributeurs spécialisés dans différents types de format pour le jeune public. Il y a par exemple *Gebbeca Film*, dirigé par Marc Artigau, le directeur du Comedia, et qui avait sorti *Kirikou*. Il y a aussi *Les films du préau...* Tout ça pour dire qu'actuellement il y a des propositions ciblées sur les âges. Par exemple, pour les trois ans, on va surtout constituer des programmes de court-métrages qui font 45-50 minutes. Et, par-delà la question des formats, il y a aussi des propositions artistiques très diversifiées. Par exemple, en animation, il y a la Lettonie qui a une production qui fait des petits films d'animation – avec des marionnettes animées - de bonnes qualités, mais je doute qu'il y ait beaucoup de pays qui les diffusent.

Moi :

Il est difficile de se faire une idée, de faire un profil de ce public ?

GT :

C'est vrai que quand on vise ce public là, ça reste assez simple parce qu'il s'agit de convaincre les parents. Après, dès qu'on passe sur le public des 9-10 ans, on se rend compte que c'est beaucoup plus difficile parce que ce public demande à voir ce dont on parle à l'école et à la TV ; ils ne sont donc pas du tout intéressés par des films Art et Essai qui n'ont pas ce type de promotion. Mais il ne demeure pas moins qu'à ce niveau-là, il y a une très forte demande des parents, qui trouvent auprès de nous des informations afin de montrer des films à leurs enfants, y compris dans cette tranche d'âge.

Bon, après, on ne fait pas que des séances tout public. On fait aussi des séances sur le temps scolaire ou des séances en partenariat avec les centres sociaux.

Moi :

Justement, les dispositifs scolaires et pédagogiques, comment ça marche ?

GT :

Et bien, à ce titre, il y a des dispositifs, et ils fonctionnent plutôt bien, il y a plutôt beaucoup de demande, il y a même plus de demande que ce qu'on peut offrir. J'ai entendu dire que le CNC visait d'ailleurs à doubler les effectifs. Ça me paraît compliqué, parce qu'il y a un moment où ça paraît difficile de tout organiser. Prenez les monoécrans : une fois les séances collèges, écoles, lycées, et bien il reste plus beaucoup de créneau horaire pour les autres séances. Surtout qu'en dehors des dispositifs, les salles ont parfois des propositions pour les séances scolaires. D'ailleurs, dans les dispositifs, il y a une obligation d'aller voir des films trois fois dans l'année et certains enseignants estiment que c'est trop ; parfois, ils ne sont pas totalement convaincus de la programmation proposée. Du coup, ils préfèrent que la salle propose un ou deux autres films dans l'année.

Moi :

Et il y a un retour de la part des exploitants ? Est-ce qu'on y croit encore à ce jeune public ?

GT :

C'est toujours pareil, il y a effectivement toujours la question de l'impact et cela prend en compte ce qu'il y a autour du cinéma. Je fais partie de la génération dont la cinéphilie s'est constituée à la TV. J'étais à la campagne et il n'y avait pas vraiment de cinéma. À cette époque, on montrait des films anciens à la TV. Je vois pas trop comment un gamin peut aujourd'hui avoir ça. Il n'a pas forcément accès aux chaînes thématiques et je doute qu'il soit tenté d'y aller. Je pense, du coup, que les dispositifs prennent un peu ce relais. Un gamin qui est dans le dispositif aura la chance, je crois, de voir un Chaplin au cinéma. Forcément, il va

pas dire tout de suite « ohlala c'est génial ce cinéma », mais je pense tout de même que c'est des choses qui restent dans l'esprit et qui permettent, plus tard, d'avoir une plus grande ouverture. C'est pas la confrontation à ces films qui crée automatiquement le plaisir du cinéma ; mais je pense que ça marche sur certains. C'est déjà pas mal qu'une fois dans leur vie scolaire, ils aient l'occasion de voir ce type de film et de pouvoir se dire « tiens, le cinéma c'est aussi ça ».

Après, dans les séances hors temps scolaire, les salles diffusent les grosses productions quand elles le peuvent et diffusent des films art et essai lorsqu'il y a moins d'offre. Mais elles ne projettent pas ça comme ça : il y a un travail d'animation autour des films et, beaucoup d'événements mensuels, des rendez-vous. Ainsi, les parents voient qu'une fois par mois, il y a des séances pour les enfants, avec des films un peu particuliers, mais bien accompagnés. Et puis, c'est souvent suivi d'un goûter, des choses comme ça.

Moi :

Vous savez si le public est toujours à peu près le même ?

GT :

J'ai entendu dire qu'il y a souvent des gens qui reviennent oui. Et ce qui est intéressant, c'est que souvent, à la limite, ils ne savent pas ce qu'ils viennent voir. Ils ont confiance, et ils viennent à un rendez-vous. Ils viennent plus sur le rendez-vous, pour l'enfant, que pour voir un film en particulier. Si on balance un film art et essai pour un public, ça rime à rien, quoi.

Ca fonctionne aussi pas mal sur une autre action que l'on fait : *cinécollection*. Il s'agit de programmation de films de patrimoine, de films de répertoire. Avant, il y avait quelques films de répertoire qui ressortaient l'été pour combler l'offre et, depuis à peu près 8 ans, il y a de plus en plus de distributeurs spécialisés sur ce type de film et qui offrent des films de répertoire tout au long de l'année. Du coup, l'AFCAE a créé aussi un groupe de réflexion axé sur le film de patrimoine. Et nos salles diffusent alors de temps en temps des films de ce type. Cette opération s'est d'abord développée dans les salles de l'est : Vénissieux, Bron, St Priest... Il y avait alors une séance mensuelle, avec un accompagnateur qui anime la séance. On a repris ce dispositif pour l'ouvrir aux autres salles : on est ainsi passé à 20 salles. Moi, je leur propos des intervenants. Certaines salles les prennent, d'autres pas.

Moi :

Mais, c'est vous qui choisissez les films ?

GT :

Je les choisis avec eux. Une fois par an, on fait le bilan sur l'année écoulée et puis on jette un coup d'œil sur les sorties prévisionnelles de films de répertoire (car c'est généralement prévu très en amont par les distributeurs). À partir de ça, j'essaie de faire un bouquet de films assez équilibré en termes d'époques, de provenance géographique, etc., et je le propose aux salles.

Moi :

Mais, d'ailleurs, comment êtes-vous au courant des futures sorties ? Par le *film français* ?

GT :

Oui, c'est un très bon outil, mais les distributeurs communiquent beaucoup aussi sur leurs films. Mais, aujourd'hui, le problème c'est qu'il y a énormément de changement de dates de sortie, mais qui tombent au dernier moment. C'est-à-dire que, d'un coup, il y a un distributeur qui s'aperçoit que tel autre distributeur sort un gros film ce jour-là et décide de changer. Mais c'est compliqué, parce que l'offre est saturée : il y a quand même 10-15 films nouveaux

chaque semaine. Alors, bien sûr, il y a des films qui ne sortent que sur 2-3 copies, mais ça n'empêche que... Et puis, il y a les films qui bouffent le marché, en sortant sur 900 copies. Après, la problématique pour l'exploitant, chaque semaine, c'est de réussir à couvrir la demande pour tous les publics : un film familial, un art et essai, un film jeune public, parfois un film ancien, ou film portant sur des problématiques sociales... Il faut réussir à trouver l'équilibre et ne pas avoir, par exemple, la même semaine quatre films art et essai qui vont faire trois entrées chacun. D'autant plus que, quand le film sort, on ne sait pas s'il est art et essai ou pas. Ça, ça tombe après. Alors bien sûr on sait un peu à l'avance, plus ou moins, ce qui à être art et essai ou pas. Mais, après, on peut se tromper aussi. La recommandation est faite par vote, a posteriori. Du coup, les salles sont informées de cette recommandation deux voire trois mois après la sortie du film.

Moi :

Alors que les salles sont évaluées par les quotas de films recommandés ?

GT :

Oui et les salles programment souvent au mois, un mois à l'avance. Bon, après, très sincèrement, il n'y a quasiment jamais de grosse erreur ; on sait à peu près quel film va être art et essai ou pas.

Moi :

Et il y a moyen de savoir par l'identification du distributeur ?

GT :

Non, prenez par exemple *La route* qui est distribué par *Metropolitan FilmExport*, qui n'est pas franchement un distributeur art et essai (il est connu notamment pour la série gore des *Saw*), et c'est pourtant un film qui rentre dans cette catégorie.

Souvent, on a une image assez forte de l'art et essai quand on n'est pas dans la profession. Du coup, moi, ce que je dis tout le temps, c'est qu'un film n'est pas art et essai ; ce n'est pas une définition. Ce n'est qu'un label qu'on met sur un film, mais qui ne répond pas à des critères bien définis. Si vous regardez les critères disponibles sur le site de l'AFCAE, vous verrez à quel point c'est ouvert. Alors que c'est vrai que l'image qu'on donne souvent de l'art et essai, c'est, pour caricaturer, le film tchèque en noir et blanc et sous-titré en russe, quoi. Il arrive pourtant que des films recommandés soient des films populaires : par exemple, *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* est un film art et essai. L'art et essai n'est pas aussi pointu qu'on ne le pense.

Moi :

Cette ouverture n'est-elle pas due à une réforme des critères ? Où l'image des films pointus participe d'une sous-catégorie qu'est le film de découverte ? Et d'ailleurs, au fil de ses recherches, il m'est apparu que les salles estampillées art et essai, mais pas art et essai – découverte, diffusent certes des films art et essai, mais pas tant que ça, et plutôt les films tendant au populaire, comme une sorte de nivellement vers le bas.

GT :

Vous savez, pour moi, l'art et essai, c'est plus une philosophie de programmation, où l'on vise une diversité. C'est-à-dire ni les films purement commerciaux, ni, d'ailleurs, les films purement intellos. L'art et essai, il faut le prendre dans ce sens là : comme une ouverture.

Si les multiplexes en avaient peu, c'est parce que ce n'est pas dans leur logique. Même si ils viennent, parce qu'ils ont besoin de films.

Prenez un exemple intéressant : Le Comedia. C'est vraiment une salle art et essai, parce que c'est une salle de centre-ville et qu'il y a, dans Lyon, d'autres salles qui remplissent le contrat commercial.

Moi :

Oui, mais le Comedia fait aussi des films grands spectacles

GT :

C'est qu'on a aussi besoin de films qui font un peu d'entrées, parce que, sur l'art et essai, il faut dire qu'on fait rien. D'ailleurs, c'est la même chose pour le distributeur de films un peu pointus : ce n'est pas l'exploitation salle qui va lui permettre de rentrer dans ses frais ; c'est après, avec l'exploitation des droits, etc. Pour la plupart des films art et essai, la sortie est à perte. Cette perte est, en partie, compensée par des aides du CNC.

Moi :

Du coup, la logique du distributeur est plutôt une logique de patrimoine ?

GT :

Oui, c'est ça, ils vont plus travailler sur le catalogue.

Moi :

Et est-ce qu'il y a des distributeurs avec lesquels vous travaillez plus, par affinité, pour leur catalogue, par commodité ?

GT :

Non, on travaille essentiellement sur les films. On a plus d'affinité avec certains, mais cela ne signifie pas qu'on traite plus avec eux. Globalement, on a les mêmes bons rapports avec tous. Par contre, c'est sûr que quand on traite avec des distributeurs plus importants, on n'a pas les mêmes rapports, parce que pour eux, on n'est pas grand-chose. Et puis, on travaille que sur les films art et essai ou un peu différents.

Moi :

Du coup, vous n'essayez pas d'avoir, par exemple, les films de *Dreamworks* ?

GT :

Non, pour ça, les salles se débrouillent toutes seules.

Mais on a parfois des situations très problématiques. Prenez *Ponyo*, le dernier film d'animation de Miyazaki. Comme d'habitude, à l'AFCAE, on le reçoit très bien, on le reconnaît comme film art et essai Jeune Public. Et, jusqu'à présent, Disney, qui le distribue depuis 10 ans en France, est très reconnaissant, parce que ce sont les salles art et essai qui ont toujours diffusé et soutenu les films de cet auteur, alors qu'il s'agissait d'un véritable pari. On a fait comme d'habitude : on a accordé des aides, on a tiré les documents pour diffuser l'information... Mais, maintenant qu'il est connu, au moment de la sortie de *Ponyo*, Disney nous fait faux-bond, en ayant des exigences évidemment intenable pour nos salles : le distributeur, pour la première fois sur les films de Miyazaki, exige du plein écran pendant deux semaines. Je ne suis pas en mesure de faire pareille négociation et puis, à la limite, ce n'est même plus mon boulot. Je ne peux pas décider à la place des exploitants qu'ils tiennent ou non ce genre d'impératif. Au final, j'ai abandonné la négociation, et j'ai pris le film un peu plus tard, en 5ème semaine. C'est un véritable problème, parce qu'on a accordé de l'aide,

on a généré de l'information et, quelque part, Disney n'a pas joué le jeu. Ils ont mis des barrières et, du coup, le film a été exploité par les multiplexes.

Enfin, bref, vous voyez là l'exemple type du film à cheval, celui qui peut avoir un potentiel commercial. Mais ça reste un film d'auteur ; un peu comme Woody Allen, Almodovar, des auteurs qui ont un peu une reconnaissance publique.

Moi :

Mais, à part les gros distributeurs, vous n'avez vraiment jamais eu de souci avec des distributeurs art et essai ?

GT :

Si si ça arrive. Même aujourd'hui les rapports se tendent de plus en plus entre els exploitants et les distributeurs, y compris avec les distributeurs avec lesquels on travaille depuis longtemps et qui sont plutôt sur l'art et essai. Maintenant, ils préfèrent que leurs films aillent dans les multiplexes plutôt que dans les salles art et essai. Ce qui est une erreur, parce qu'on s'aperçoit vite que le film a beau être projeté 4-5 fois par jour pendant une semaine, il n'y fera pas plus de chiffre. Parce qu'ils ne sont pas traités de la même manière. C'est un peu ce qui s'est passé avec *Le chat Persan*, film iranien qui a fait un buzz à Cannes et qui sortait après Noël. Du coup, ils ont espéré un gros succès et ont plutôt joué la carte du multiplexe. Ça n'a pas vraiment marché, parce que, dans un multiplexe, choisir ce film relève un peu du pari pour le spectateur, alors que dans la salle art et essai, l'exploitant saura mettre l'accent sur ce film, le faire partager avec son public qu'il connaît.

Mais, après, c'est jamais figé tout ça...

Moi :

C'est justement pour ça que je vous demande. Parce que c'est très mouvant.

GT :

Après, ce qui est compliqué dans ce métier, c'est qu'il n'y a rien d'écrit, ça se fait beaucoup oralement. Du coup, on ne peut que spéculer sur les logiques des autres. Mais, globalement, il y a une forte pression exercée par les grands groupes d'exploitation auprès des distributeurs, pour que nous n'ayons pas les films. C'est facile d'être convaincant, lorsqu'ils disent que si le film est également exploité par un plus petit, ils ne le prennent plus. Après, ce phénomène, on ne fait que le sentir... On n'a aucune preuve de tout ça. Mais bon, on voit bien sur l'agglomération lyonnaise que les grands groupes prennent énormément de copies et nous n'en avons plus. Pour une salle comme *Les Alizés*, il est de plus en plus difficile d'avoir un film en sortie nationale.

Moi :

Mais n'est-ce pas cela qui permette aussi une intégrité de la part des membres de l'association, au sein du GRAC ? d'avoir tellement de pression à l'extérieur que les membres visent une sorte de concorde au sein du groupe ?

GT :

Ca n'est pas notre fonction. S'ils ont un problème avec le distributeur, ils se tournent vers le médiateur du cinéma, qui est au CNC, et qui est là pour répondre à ce type de litige. Ca arrive. Et d'ailleurs *Les Alizés* y est allé pour *Ponyo* justement.

Moi :

Ce que je vous demandais, c'est est-ce que *Les Alizés* est en concurrence avec le cinéma de Vénissieux par exemple. Je ne sais pas, un conflit d'ego parfois par exemple.

GT :

Peut-être qu'il y a une petite concurrence, mais pas vraiment. Ce n'est pas tellement dans la logique. Même si, je vous l'accorde, le regroupement permet certainement de tempérer les logiques concurrentielles.

Moi :

Je vous demande cela parce que, vu avec un peu de distance, on se demande comment un groupement puisse tenir. Avec un métier qui ne tient que sur la parole (qu'on ne tient d'ailleurs pas), où il y a peu d'écrit, comment ne pas devenir paranoïaque ? Comment maintenir des relations ?

GT :

Et bien, déjà, il faut bien savoir que ces cinémas sont dans une seule et même équipe de programmation. Ils partagent des copies. Ils se mettent d'accord entre eux et font ensemble leurs programmations. Du coup, ils ont un autre poids que s'ils étaient tout seuls dans leurs coins. Mais ça, c'est surtout aussi avec nous pour les films un peu plus pointus. Pour les films Art et Essai moyens, ils ont leurs propres copies.

Moi :

Donc, si je comprends bien, ils se servent du GRAC pour tout le travail éditorial, les découvertes et les informations nécessaires et, ensuite, c'est à leur discrétion de savoir s'ils le projettent, si c'est un rendez-vous, ou non ?

GT :

Oui. On ne fait qu'à répondre à une demande : il s'agit de proposer des choses. Après, soit ils réagissent, soit ils ne réagissent pas.

Moi :

Et donc, vous faites des propositions pour des films art et essai. Et, après, pour ce qui est de l'actualité, en général, c'est à eux de se débrouiller...

GT :

Alors, comme je disais tout à l'heure, on ne sait jamais vraiment par avance si c'est de l'art et essai ou pas. On travaille sur des films. Mais oui, pour ce que vous appelez l'actualité, ils se réunissent en plusieurs petits groupes. Par exemple, il y a *Est écrans*, qui regroupe Bron, St Priest, Vénissieux et Décines, mais c'est aussi eux qui programment les films à St Genis Laval, Pierre Bénite... c'est plus aisé que de travailler seul dans son coin.

Après, il y a des cas comme le *Zola*, qui font leur programmation seul dans leur coin. Mais, c'est pas toujours aussi net que cela : des fois, avec Écully, Ciné Duchères, Caluire, ils s'entendent entre eux pour programmer un film.

Après, il y a aussi des programmeurs qui sont basés sur la région. Vous avez, par exemple, *MC4*, qui est basé à Grenoble, et qui programme plusieurs petites salles en Rhône-Alpes, ainsi que *Le cinéma des cinéastes* à Paris...

Moi :

Et donc, pour ces salles, vous êtes plutôt en dialogue avec le *MC4* ?

GT :

Non, ils se débrouillent tout seuls. Parfois, ils nous contactent pour des films très particuliers. Mais, ils ont, en général, leurs propres copies.

Vous voyez, il y a donc aussi des programmeurs qui travaillent sur plusieurs sites, proches géographiquement. Ça leur permet d'avoir plus de poids pour demander une copie de film, sans passer par des intermédiaires comme nous, et pour avoir les mains libres. Parce que, quand une salle demande une copie par notre biais, on lui impose plus ou moins une semaine, elle n'est pas si libre que ça.

Moi :

Et j'avais une autre question. J'ai vu sur votre site que le cinéma *Les Grenettes* est dans votre association, or ce cinéma de Bourg-en-Bresse est lui-même rattaché à l'énorme multiplexe de la ville qu'est *L'Amphi*...

GT :

Oui, alors, ce n'est pas le cinéma en tant que tel qui fait partie de notre association, mais une association qui s'appelle *Cinémateurs*, qui programme des films art et essai dans le complexe. L'exploitant qui possède ce complexe et le multiplexe laisse une case à cette association pour qu'elle programme des films art et essai.

Moi :

Au début de l'entretien, vous disiez que le bureau se réunit régulièrement. Quel est justement le calendrier du GRAC ?

GT :

Mise à part les faits d'actualités importants qui impliquent une réunion extraordinaire, nous faisons une réunion mensuelle. Bon, maintenant, le GRAC existe depuis un certain temps, les membres sont là depuis un certain temps, les dispositifs sont à peu près les mêmes depuis un certain temps, disons que tout est assez rodé, quoi. Après, chez nous, la grande question du moment (comme pour ailleurs), c'est le passage au numérique. Ce qu'on a fait l'année dernière (donc, en 2009), on s'est réuni avec d'autres associations : l'ACRIRA (pour la région de Grenoble) et L'Écran (qui est au niveau de l'Ardèche et du sud de la Drôme). On a créé un réseau de développement de cinéma art et essai en Rhône-Alpes, craignant le durcissement des rapports avec les distributeurs à cause du numérique. On se réunit ponctuellement dans l'année et on expose nos problèmes et on essaie de réfléchir à des solutions. Par exemple, depuis trois ans, on organise systématiquement un colloque au mois de janvier. Alors, jusqu'à présent, on a plutôt travaillé sur l'avenir de nos salles, le cinéma art et essai, etc., et cette année on a décidé d'être un peu moins négatifs et d'avoir un point de vue un peu plus large, notamment en faisant intervenir Olivier Donnat qui vient de publier les résultats de sa dernière enquête. Et on s'est dit que ça pouvait être intéressant de renvoyer ça dans les perspectives de nos salles.

Sinon, avec ces associations, nous alertons depuis septembre 2009 la Région Rhône-Alpes, qui est d'ailleurs très à l'écoute, et qui a financé en novembre et décembre deux postes – un spécialisé sur les écrans et l'autre sur l'architecture des salles - afin de faire le tour des salles afin d'évaluer précisément le coût de passage au numérique pour chaque salle. Parce que le numérique n'implique pas seulement le coût d'un projecteur, mais également celui du réaménagement d'une cabine, notamment en ventilation, parce que ça dégage beaucoup plus de chaleur. On aura donc le résultat de ces audits et la région aura donc une synthèse assez détaillée sur les coûts de cette transition.

Moi :

Donc, la région qui investit beaucoup dans la production, investit également beaucoup dans les salles ?

GT :

Oui, absolument.

Moi :

Mais ce n'est pas la région qui subventionne votre association.

GT :

Non, c'est le Grand Lyon.

Moi :

Mais ce n'est pas le Grand Lyon qui aide aussi beaucoup les multiplexes ?

GT :

Non, ce n'est pas que le Grand Lyon aide les multiplexes, il a permis l'installation de multiplexes. Après, c'est vrai qu'on peine à communiquer avec le Grand Lyon, à faire reconnaître notre travail. Généralement, la réponse « nous n'avons pas de compétence culturelle pour répondre à votre demande », etc. Alors qu'ils font la Biennale de la danse, la Biennale d'Art Contemporain... Bref, pour des gens qui n'ont pas la compétence culturelle, ils ont tout de même trouvé un filon, un biais ; et, en plus, coup de théâtre l'année dernière, c'est le festival de cinéma !

Moi :

D'ailleurs, je n'ai pas eu la chance de pouvoir y aller, du coup je n'ai pas bien compris ce festival. Quel est son principe ?

GT :

C'est un festival de films de patrimoine, qui aura lieu tous les ans, avec le Prix Lumière, qui est l'espèce de prix Nobel du cinéma. C'est, en effet, le Grand Lyon qui a donné une enveloppe à l'organisateur de ce festival.

Moi :

Et ce festival a marché ?

GT :

Plutôt oui.

Moi :

Et vous pensez que ça peut générer une ouverture pour vos salles ?

GT :

Bien sûr puisque nos salles ont participé à l'événement et qu'il y a eu une bonne participation.

Moi :

En gros, le Grand Lyon semble essayer de jouer sur les deux plans à la fois : sur l'apparat d'un festival et sur une meilleure visibilité des salles sur le long terme ?

GT :

Voilà. Bon, après, on se dit que c'est un petit peu... C'est une sorte de pendant du nombre de multiplexes qu'ils ont mis dans le Grand Lyon. Et puis c'est pas un festival d'une semaine qui va résoudre tous nos problèmes.

Moi :

Et justement, l'état des salles, ça va encore ou... ?

GT :

Ça devient dur pour certaines. En ce moment, le discours c'est de dire que l'année 2009 a été une année extraordinaire pour le cinéma, avec une remontée de fréquentation. Oui, mais seulement pour un certain type d'exploitation. Ce qu'on « oublie » de dire, c'est que la petite et moyenne exploitation ne connaissent pas du tout cette tendance-là et que certaines salles étaient à -10 voire -20% de leurs résultats trois mois avant la fin de l'année.

Annexe 9 : Entretien avec Frederic Borgia, distributeur, exploitant, coordinateur du groupe de salles Cinéma 93, à Montreuil (03/11/09)

La question du parcours personnel :

J'ai commencé mon parcours professionnel par l'université : analyse de films, esthétiques. À l'époque de mes études, on avait fondé une revue de cinéma à Paris 3, dans laquelle Martin Barnier a également écrit⁷⁵⁸. Mais, ce qui m'intéressait aussi, c'était la salle de cinéma ; très vite, je suis devenu animateur jeune public au Studio 43 de Dunkerque. J'ai donc dû me confronter à la question de savoir comment faire passer un film à un public de nouvelle génération ; j'ai dû d'ailleurs intervenir à tous les niveaux (primaire, collège, lycée). Cela m'a beaucoup passionné de réfléchir sur les dispositifs d'éducation à l'image.

Moi :

Et bien, justement, pouvez-vous m'expliquer ces dispositifs ? Cela m'intéresse même personnellement. Je donne des cours à l'université. Des cours d'analyse d'image. Et cela n'est déjà pas évident !

FB :

Il faut déjà cadrer l'environnement : mon travail était à Dunkerque, dans un environnement social peu évident. Il s'agissait déjà de faire découvrir le cinéma en salle. En parallèle, je faisais développer un projet éducatif dans l'année scolaire avec, systématiquement, une intervention en classe après le film. École ou collège, le principe était le même : il s'agissait de les faire parler du film et de leur montrer d'autres œuvres que celles qu'ils peuvent voir à la télévision, de leur montrer des choses qu'ils ne pourraient autrement jamais voir.

Le directeur du cinéma étant parti à la retraite, j'ai repris ses fonctions. J'ai poursuivi ce travail de découverte pour qu'à Dunkerque, il y ait aussi un cinéma art & essai classé recherche. Cela n'est pas seulement un travail de programmation : il ne s'agit pas que de diffuser des films peu vus ; il s'agissait aussi d'animer la salle. L'animation était quelque chose d'essentiel : il s'agissait par exemple de faire une soirée par mois consacrée au cinéma documentaire, ou faire une journée court-métrages, développer des ateliers, faire des conférences...

Après, j'ai changé pour prendre les fonctions que j'occupe aujourd'hui : responsable de l'association *Cinéma 93*. J'ai quitté la salle pour travailler sur un réseau de salles. Il s'agit plus précisément d'une association d'action culturelle : autrement dit, il ne s'agit pas simplement de faire circuler les films qui sortent, mais surtout de développer en commun différents projets. Nous ne sommes donc pas véritablement dans l'actu'. Au contraire, on essaie progressivement de s'émanciper de l'actualité. La situation actuelle est mauvaise : il sort à peu près 15 films par semaines, et les salles ne cessent plus de montrer encore et toujours de nouveaux films. Elles montrent des films, et il n'y a plus de travail d'animation autour des films. L'association est là pour permettre aux salles de ralentir le jeu, ralentir le

⁷⁵⁸ Martin Barnier est un des spécialistes de l'histoire du cinéma ; plus précisément de l'émergence du parlant. Il enseigne actuellement à Lyon 2, sur le campus de Bron.

flux de diffusion qui devient totalement incohérent : les spectateurs ont beaucoup plus de choix, mais beaucoup moins de pouvoir et on les guide moins. Alors que ce dernier point nous semble indispensable : c'est la principale logique que nous défendons. Pour aider le spectateur, nous ralentissons le jeu et nous lui permettons ainsi de réfléchir un peu plus.

Moi :

Ce sont donc des films pris dans l'actualité, mais pas nécessairement diffusés sur le même rythme ?

FB :

Non, pas forcément. Au risque de paraître prétentieux, disons que l'on essaie de « créer notre propre actualité ». Mais, nous sommes dans un champ absolument minoritaire.

Moi :

Mais, d'ailleurs, connaissez-vous des équivalents ailleurs en France ? Je sais, par exemple, que le réseau en Rhône-Alpes vise plus à faire tourner les films...

FB :

Il n'y pas trop d'équivalents. Mais, je vais vous en parler, il y en a quelques-unes d'associations qui ressemblent à la nôtre.

Pour parler plus précisément de nos enjeux, il faut déjà dire qu'il y a trois axes à notre travail :

les actions de réseau : pour donner un exemple, les semaines d'avant-premières, généralement au mois de septembre, en pleine rentrée cinématographique. Cependant, je pense qu'on va bientôt arrêter ce dispositif. Non pas parce que ça ne marche pas, mais parce qu'aujourd'hui, ça n'a plus le même sens ; peu de personne faisait des avant-première lorsque nous avons mis cela en place il y a 8 ans, alors qu'aujourd'hui, il s'agit d'une stratégie de base et surexploitée par les distributeurs. Autrement dit, cela n'a plus du tout le même sens qu'il a pu avoir pour nous. Avant, c'était un outil pour pointer un film, pour essayer de faire rencontrer son public. Aujourd'hui, il y en a tellement des avant-première... On a essayé également d'établir une stratégie au niveau tarifaire : si quelqu'un est abonné dans une des salles, il l'est automatiquement dans toutes les salles du réseau et peut bénéficier de places à prix réduits.

Notre gros coup, c'est évidemment le festival qui regroupe la plupart de nos salles chaque année. Avant, le festival était thématique, depuis 3 ans, on tente une nouvelle formule. Les thématiques étaient assez sociales et politiques (cinéma et engagements, résistances, les utopies...); à l'époque, nous étions financés par le département qui était alors communiste. Si nous avons décidé de changer de formule, c'est parce que nous considérons qu'une formule vaut pour une période donnée, mais doit être recyclée. Maintenant, nous travaillons plus sur le principe des rencontres, en ayant chaque année un invité d'honneur, accompagné de la découverte d'un cinéaste peu connu et/ou la présentation d'un jeune cinéaste... Il y a aussi la *soirée cinéphile* où l'on présente chaque année quelqu'un qui, à nos yeux, a apporté quelque chose au cinéma sans qu'il soit nécessairement cinéaste : nous avons eu Bogdanovitch, cette année c'est Louis Skorecki qui nous parle de son travail et de sa conception du cinéma. Ce sont évidemment des soirées assez « pointues », mais elles ont toujours rencontré leur public. C'est un travail en dehors des carcans promotionnels. Si notre invité cette année est Claude Chabrol, il n'a pas pour autant quelque chose à vendre ; du lundi au vendredi, dans six différentes salles, il va donner des leçons de cinéma – par exemple, sur le cinéma de Fritz Lang – et va aller à la rencontre de différents publics – notamment des collégiens -. On va attacher beaucoup d'importance à sa carrière, à sa filmographie, afin qu'il y ait une vraie rencontre avec le public. Cela implique un gros travail en amont et d'absolument sortir du

schéma promotionnel : nous avons eu une très mauvaise expérience avec Abel Ferrara, dont on avait profité de sa tournée promotionnelle pour l'inviter et il n'avait pu venir qu'à une soirée, exténué de surcroît par ses précédents entretiens devant cesser la séance de discussions au bout de 40 minutes. Pour que cette animation marche, il faut véritablement que le cinéaste donne de son temps et que l'on soit hors de l'actualité. Notre « propre actualité » n'est pas nécessairement hors de toute actualité : Chabrol fête notamment cette année ses 50 ans de carrière ! ;

les actions éducatives : collèges et cinéma, mais aussi sur les tout-petits puisque l'on travaille avec les crèches. D'ailleurs, pour ces dernières, nous avons créé un programme inédit et nous avons fait spécialement édité une copie 35 mm pour notre réseau. C'est quelque chose de très important, car nous apportons à nos propres salles quelque chose qu'elles n'auraient pas pu avoir autrement : en l'occurrence ici des courts-métrages tchèques. L'association fait donc tout un travail de recherche et découverte qu'elle met à disposition des salles. C'est par ce biais là que nous prétendons essayer de faire notre propre actualité et que nous voulons aider le jeune public. En effet, le jeune public est devenu un marché et il lui est proposé à peu près tout et n'importe quoi. Notre démarche consiste à proposer d'autres choses. Même pour les salles art & essai, le jeune public apparaît comme objet de rendement : en six, sept ans, il est devenu 50% du marché. Si, à mes débuts, je pouvais consacrer une après-midi entière avec une salle pour animer le débat et la réflexion, je me demande si beaucoup de salles, y compris art & essai en ferait encore de même aujourd'hui. Deux choses expliquent cela : le fait que le jeune public est un marché important, le fait que des projections pour ce public permet à l'exploitant d'être estampillé art & essai et de bénéficier de subvention. En effet, le label « art & essai » est relativement vite octroyé dans le sens où la programmation prime sur l'animation : il suffit de projeter le film « jeune public » en salle pour l'obtenir et donc bien peu de salles consacrent du temps à ce public et leur permettent de réfléchir sur le cinéma. Pas besoin de sensibiliser le public au film, ne le présenter pour obtenir le label ; je trouve ça un peu léger. D'autant que ce ne sont pas vraiment les salles qui programment « Collège et cinéma » puisqu'une liste leur est proposée. C'est vraiment dommage qu'on ait perdu l'idée que la rencontre de l'enfant avec un film doit être préparée, « il faut l'amener vers... ». « Collège et cinéma » ne ressemble pas vraiment à un bon dispositif d'éducation à l'image car on y fait tout et n'importe quoi. De notre côté, il y a deux salariés qui travaillent sur « collège et cinéma » dont un qui a la charge de se déplacer vers le jeune public pour faire ce travail d'animation. ;

les actions d'aides à la création : on coordonne l'aide du Conseil Régional à la création de courts-métrages. Il ne s'agit pas seulement d'une aide à la production ; nous prenons en charge sa diffusion dans tout le département. Ce qui est intéressant, c'est que nous n'accordons aucun critère géographique à la production (n'importe quel film, de n'importe quelle origine peut être aidé), mais ce critère est appliqué à la diffusion.

Moi : Pour résumer, on peut dire que Cinéma 93 est moins politique au sens classique, qu'une association qui travaille la politique éditoriale ? En quelque sorte, vous êtes des éditeurs de cinéma.

FB :

Dans le sens où l'on fait des recherches, oui. Par exemple, pour les tout petits, on cherche des films expérimentaux des années 1930 dont l'ayant-droit est à New-York. On pourrait dire qu'il s'agit d'un choix éditorial dans le sens où, d'une part des films de 3-4 minutes avec des formes géométriques et des couleurs conviennent à un enfant de 4 ans, tout en considérant qu'ils peuvent et pourront voir bien d'autres choses.

Oui, dans la rencontre que nous organisons avec le cinéaste, dans le sens où on lui fait faire un parcours dans tout le département : on doit se déplacer de villes en villes, de salles en salles...

Moi :

Mais, concrètement, avec quels fonds pouvez-vous tenir tous ces projets ? Quels sont vos financements ?

FB :

Nous sommes une association fortement financée par le Conseil Général, puisque cela représente à peu près 80% du financement. Il y a également le Conseil Régional et le Ministère de la Culture. C'est donc une politique fortement départementale.

Mais ceci s'explique historiquement. C'est un réseau de salles qui est très fort – le plus fort de France - : pour un si petit département, il y a 21 salles art & essai et toutes sont publiques (associatives, municipales...). C'est pourquoi il y a une logique de réseau. Mais c'est aussi avec cette culture locale que nous nous permettons d'être très actif auprès du jeune public et que nous lui proposons des ateliers, des ciné-conférences... C'est ce poids qui nous permet de faire une recherche de la qualité.

Moi :

Justement, à quelle fréquence travaillez-vous avec ce public ? Constamment ? Vous faites régulièrement des ateliers ?

FB :

Pour les tout petits, on a, par exemple, édité 5 copies de *La symphonie magique* de John Alan et celles-ci circulent dans l'ensemble de nos salles tout au long de l'année. Les ateliers doublage et la petite conférence n'ont pour le moment lieu que dans le cadre du festival, mais on travaille à les diffuser plus largement.

Moi :

Et tout ça est de votre propre initiative ? Aucune décision du Conseil ?

FB :

Non, non. Tout cela est de notre propre initiative. Le Conseil serait évidemment plus tenté que nous de suivre l'actualité du cinéma. Nos conférences sont plus thématiques : le cinéma d'anticipation, les méchants...

Moi : Mais donc, le Conseil Général doit bien vous demander quelque chose en contrepartie. Qu'est-ce qu'il vous demande ? Des résultats précis ? Des comptes-rendus ? Exerce-t-il une pression sur votre association ?

FB :

On sent une pression effectivement. Il est évidemment attendu qu'on fonctionne bien et que l'on apporte quelque chose aux salles : de la qualité certes, mais également des résultats un minimum quantifiable. Par exemple, le festival ne doit pas faire moins de 5000 entrées, le programme prévu pour les crèches doit être pris par les salles (d'ailleurs, en général, il y a 19 salles sur 21 qui prennent et reprennent ces programmes)... Le Conseil n'impose rien en tant que tel, mais essaie toujours de négocier des choses, de donner son avis. Mais on réfléchit ensemble : je comprends bien par exemple que le Conseil veut avoir une certaine visibilité. De plus, ses propositions ne sont pas à rejeter en bloc ; simplement elles proviennent d'une logique qui nous surplombe nécessairement. Prenons un cas : pour « collègue au cinéma »,

nous nous déplaçons à la demande des enseignants, ce qui faisait qu'il y avait des classes que l'on voyait 3 voire 4 fois dans l'année et d'autres que nous ne voyions quasiment pas ; le Conseil a voulu rééquilibrer tout cela, rendre tout cela plus uniforme en imposant 1 intervention dans chaque classe. Cela s'entend. De même, pour rester sur « collègue au cinéma », le Conseil veut que cela s'applique à tous les collèges dans tout le département. Le Conseil laisse les mains libres pour ce qui est du contenu ; les seules pressions qu'il nous met est au niveau de la politique géographique et sur la couverture de l'ensemble du territoire. De même, si l'association est un réseau de salles, il faut qu'il touche la majeure partie des salles.

Moi :

En parlant des salles, y-a-t-il une concurrence entre elles ? Comment s'articulent entre elles les différentes programmations ?

FB :

C'est moi un problème de concurrence qu'un problème d'égo entre les différentes salles. Prenons le festival, Chabrol vient, mais seulement dans 6 salles et j'ai eu 15 demandes... Évidemment, il y en a qui ont un peu les boules. D'autant plus qu'il y a des choses plus faciles pour le public : la salle va plus facilement se remplir avec Chabrol qu'avec Silvano Agosti, cinéaste italien inconnu ; donc il y en a qui prennent plus de risques que d'autres. Cependant, on essaie d'éviter des stigmatisations en opérant des rotations régulières : par exemple, cette année Chabrol va au Blanc-Mesnil qui n'a jusqu'à présent pas accueilli de cinéaste invité d'honneur.

Ce qui protège aussi des concurrences violentes, c'est que les salles ne sont pas totalement immergées dans l'actualité. Cela n'empêche qu'il y a de temps à autres des tensions, mais c'est généralement circonscrit aux événementiels que l'on propose (avant-premières, festival, etc.).

Il y a surtout un déséquilibre fondamental lié à la situation géographique. Ce département est aux portes de Paris et certaines salles sont voisines de stations de métro, Montreuil, Saint-Ouen, par exemple, alors qu'une salle comme celle de Sevrans ne peut compter que sur le public local. Du coup, il y a des salles qui marchent vraiment mieux que d'autres. C'est pourquoi, nous avons estimé importante que la nouvelle structure que nous avons proposé soit articulée autour de l'idée de parcours. Chabrol va à Saint-Ouen, Pantin, mais aussi Saint-Denis ou Bondy : c'est-à-dire qu'il va rencontrer des salles et des publics fortement hétérogènes. C'est évidemment une prise de risque géographique, mais il n'y a pas eu de résultats décevants jusqu'à présent, et cela apporte, au final, à l'ensemble des salles et contribue donc, à mon avis, à la solidité du réseau.

De plus, pour revenir au Jeune Public, isolément, les salles n'arriveraient pas faire une telle programmation pour des raisons de temps et de budget.

Moi :

Très bien, mais comment définir les publics du 93 ?

FB :

Il ne faut pas croire en l'uniformité du public. D'abord, ici à Montreuil, il y a une remarquable boboisation avec un cinéma qui marche vraiment très bien. La programmation, aux portes de Paris, se permet d'être plus pointue qu'à Sevrans par exemple.

Et puis, ce qui est corrélaire du public est le travail de la salle dans l'année. Même inégalité donc : Montreuil accueille plus de cinéastes que Sevrans et donc renforce son public.

Moi :

Mais les publics ne seraient-ils pas « pris » par d'autres concurrents ?

FB :

Et bien non, puisque la couleur politique du département a pour conséquence l'absence d'exploitants privés, mise à part des multiplexes. C'est-à-dire qu'il n'y a pas de juste milieu (qui serait le principal concurrent), mais une pure dichotomie : soit le multiplexe, soit la salle art&essai, soit les deux.

Moi :

Mais justement un exploitant lyonnais me faisait part des deux grandes stratégies des multiplexes : la sape classique, mais également la réquisition des copies de films que d'ordinaire diffusent les salles art &essai. Est-ce une spécificité de la zone lyonnaise ou cette stratégie pointe-t-elle de manière globale ?

FB :

Évidemment que ce constat est général dans la mesure où tout le monde a compris que l'art&essai est un marché. Une palme d'or peut faire plusieurs millions d'entrées et dépasser, en recette, bon nombre de films américains. Les 15-25 ans vont maintenant moins au cinéma et un marché est en train de devenir de plus en plus important : celui des plus de 50 ans et ce public se révèle friand de films français et art&essai. Dans la mesure où, en plus, c'est la génération baby-boom qui arrive dans cette tranche, un rééquilibrage des demandes des publics est de plus en plus visibles et conduit logiquement à un changement de l'offre.

Mais il n'y a pas de graves concurrences. Rien de fondamentalement alarmant. Mise à part l'affaire du Méliès : c'est un site municipal qui veut s'agrandir de 3 à 6 salles et MK2 et UGC ont porté plainte pour concurrence déloyale dans le sens où le Méliès va faire la même programmation, mais sera subventionné. Nous tenons d'ailleurs notre public informé de l'avancé de ce cas à travers notre newsletter.

Moi :

Cela me permet justement de vous demander comment communiquez-vous vos événementiels. Comment créez-vous de la visibilité ?

FB :

Les activités importantes de l'association sont toujours intégrées dans les programmes des salles. Il y a évidemment internet : notamment par notre mailing list de 2000 à 3000 noms.

Moi :

Le rituel des salles, les habitudes aussi donc...Et le bouche-à-oreille ?

FB :

Un peu, oui, des gens commencent à nous connaître.

Moi :

Vous évoquiez tout-à-l'heure d'autres associations qui ressemblent à la votre...

FB :

Oui. Disons que Cinéma 93 est la plus ancienne, mais vous avez Écrans V.O. en Val D'Oise (95), dans le 94 il y a Cinéma Publique, et dans le 91 vous avez CinEssonnes. Il n'y en a pas

dans le 92, parce qu'il s'agit d'un département de droite qui ne vise absolument pas les actions culturelles.

Ce qui fait notre spécificité, c'est que le réseau est uniquement composé de cinémas publiques et ça, ça change tout, parce que n'intervient pas trop le critère du rendement. Faire un ciné-concerto avec des musiciens pour les tout petit, ça remplit au maximum 60 places... C'est vraiment une politique de l'action culturelle.

Pareil, notre programmation du festival ne va pas contribuer à faire exploser les chiffres du box office. C'est vraiment une politique culturelle qui est permise pour le Conseil.

Mais attention, avec le même Conseil et les mêmes aides, nous n'aurions néanmoins pas le même travail si le réseau était composé de salles privées.

Moi :

Ce serait plutôt de la reventilation de copies et de la facilitation d'accès aux copies ?

FB :

Exactement. La semaine dernière, j'étais à Vesoul pour présenter l'association à des réseaux professionnels. Ces derniers étaient étonnés et ne pouvaient envisager une telle pratique chez eux car ils sont privés et doivent songer à boucler leurs comptes en fin d'année, donc une pression financière trop importante.

Moi :

Mais donc vous êtes suffisamment en dehors du système d'actualité pour être protégés des multiplexes.

FB :

Cela dépend. Nous ne sommes pas totalement en dehors et les exploitants souffrent de ne pas pouvoir avoir accès à certaines nouveautés avant trois voire quatre semaine de diffusions. Ce qui peut être vraiment embêtant dans le sens où la durée d'exploitation d'un film se calcule aujourd'hui en semaines alors qu'il y a encore 20 ans, cela se comptait en mois !

C'est parce que nous souffrons de cette tyrannie de l'immédiateté, aussi bien en tant qu'exploitants qu'en tant que spectateurs, que nous luttons contre et qu'on essaie de ralentir le rythme.

Moi :

Pour rebondir là-dessus, je souhaiterais savoir ce qu'il en est du processus de numérisation des salles. D'ailleurs, est-ce un enjeu aussi important qu'on semble le dire dans les médias ?

FB :

Pour des exploitants comme nous, la numérisation est comme une épée de Damoclès : n'étant pas auto-financés, notre sort dépendra de la décision des élus. Certains, au lieu de moderniser la salle, en profiteront pour la fermer si ils jugent qu'elle n'est pas assez remplie.

Moi :

Mais, alors, il y a quelque chose que je ne comprends pas. La projection en numérique est un dispositif très onéreux. Pourquoi investir là dedans ?

FB :

C'est une sorte d'obligation, ne serait-ce que parce que c'est déterminant dans l'élaboration des futurs rapports avec les distributeurs (qui sont d'ailleurs ceux qui gagnent avec la numérisation).

Mais cela pose d'autres questions stratégiques et à tous les niveaux du secteurs. On a notamment peur que ça uniformise encore plus : par exemple, le dernier Harry Potter est sorti à 900 copies en France, pourquoi pas imaginer à 1200 copies bientôt, lorsque il y aura suffisamment de salles équipées en numériques pour que le distributeur multiplie les copies à moindre frais ?

Moi :

Mais je ne comprends toujours pas. Même pour les multiplexes, ce n'est pas intéressant qu'il y ait trop de copies

FB :

Si justement, parce que cela consacre les effets d'immédiateté : notamment, et pas le moindre, couvrir l'événement plus vite que ceux qui souhaiteraient le télécharger. Autre cas, on oublie vite l'existence du film : si on ne va pas voir Harry Potter dans les 15 premiers jours, on a souvent tendance à en oublier l'existence ; idem pour des villages qui n'auraient pas la copie dans la première semaine.

Il s'agit d'aller le plus vite possible

Moi :

Et donc plus vite que le bouche à oreille alors ? Je pense à Lucky Luke qui a eu une promotion assez conséquente et un fort succès en première semaine pour sombrer dès la suivante

FB :

Oui et ses résultats restent bons au final parcequ'il y avait énormément de copies donc une bonne couverture la première semaine.

Moi :

Je voudrais changer de sujet et vous demander en quoi consiste précisément la réforme CNC en 2002 et ce qu'elle a changé selon vous. Pourquoi a-t-elle eu lieu ?

FB :

Ca a été décidé par le CNC, mais aussi par l'AFCAE. L'enjeu était d'uniformiser ce classement « art & essai ». Mais, dans la manière dont ils ont procédé, je pense qu'ils ont baissé le niveau : plus de salles sont classées, donc plus de salles sont financées, mais pas un réel développement de l'art & essai. La démocratisation a été une démocratisation des financements, pas de l'art & essai. Si dès qu'on passe *Entre le murs* de Laurent Cantet ou le dernier Almodovar, on est estampillé « art & essai », et on le fait, tout le monde le fait, qu'en est-il des films plus pointus ? On vous répondra souvent : « oh bah non, il suffit de passer Almodovar pour être art & essai, je vais pas me faire chier à passer un film plus dur et de devoir mettre plus de travail ».

Moi :

Donc, il y a, selon vous, un problème de critère ?

FB :

Exactement. Les critères ne sont pas bons.

Moi :

Mais qui a décidé tout cela ?

FB :

Le CNC et l'AFCAE ont essayé de trouver les meilleurs critères possibles avec comme objectif de protéger et sauvegarder le réseau des salles français, c'est pourquoi ils ont baissé un peu le niveau. Mais en procédant ainsi, ils ont baissé la qualité.

Moi :

Il y a alors eu une perte du public usuel ?

FB :

Non. Simplement, l'art et essai porteur a été nettement plus diffusé que l'art et essai moins porteur. Il y a moins de pari sur les jeunes cinéastes. Ce qui est bête. Je rappelle qu'il y a 20 ans, Almodovar était diffusé dans peu de salles ; aujourd'hui, c'est un blockbuster qui passe longtemps dans les multiplexes. Tant mieux, qu'il soit, ça s'appelle aussi une démocratisation. Mais, les Almodovar d'aujourd'hui sont nettement moins bien diffusés. Et ce, notamment parce que les critères qui incitent les salles à passer des films plus difficiles sont moindres.

Moi :

Mais pensez-vous que le rapport que le spectateur entretient avec le cinéma change en ce moment ? Évidemment, ça change en permanence, mais est-ce qu'il y a quelque chose qui apparaît manifestement ?

FB :

Il change beaucoup. On rencontre le gros problème des 15-25 ans qui vont nettement moins au cinéma. Car, si on arrête d'aller au cinéma à 15-25 ans, est-ce qu'on va y retourner après ? C'est pas sûr. Cela ne nous touche pas directement et immédiatement. Cependant, c'est ce public qui un jour sera le nôtre (ou, justement, pas le notre).

L'accélération de l'exploitation des films est à tous les niveaux de sa diffusion : avec le nouveau calendrier, il passe en V.O.D. au bout de 4 mois seulement ! Ce qui fait que l'approche de la sortie cinématographique change : il suffit d'attendre un tout petit peu si l'on est embêté à l'idée de payer 8 euros une séance.

Moi :

Mais alors quelles solutions sont envisagées ?

FB :

Nous, notre solution, c'est de garder une identité et d'éditorialiser les salles, de conserver une identité art & essai assez forte et de travailler sur l'animation.

Il faut aussi avoir une politique tarifaire qui nous distingue (le tarif réduit est à 4,5 euros et le plein tarif à 6 euros).

Notre problème est assez particulier dans le sens où les salles qui rencontrent le plus de problème sont généralement des salles mal desservies, dans des lieux pluriculturels (où elles ne sont actives que du lundi au mercredi par exemple), c'est-à-dire ds cas où le lieu même n'est pas clairement identifié « cinéma ».

En gros, le téléchargement, le DVD ne nous pose pas de problème. À la limite, le seul problème que nous rencontrons avec le jeune public, c'est la culture zapping. Les inciter à regarder en entier un film d'1h40 min relève désormais déjà de l'éducation à l'image. Ce qui fait qu'on le perd d'autant plus car on est clairement identifiés comme « lieu où l'on va avec l'école ».

Annexe 10 : Entretien avec Marc Bonny, Directeur et responsable programmation du cinéma *Le Comoedia* à Lyon, inscrit GRAC (10/11/09)

Moi :

Commençons peut-être sur votre parcours personnel, vos motivations. Parce que, peut-être à partir de cela, vous pourriez avoir votre conception personnelle de ce qui fait le métier d'exploitant. Dans la suite, j'aimerais savoir quelle sont les spécificités locales ici.

MB :

Si on remonte à mon adolescence à Saint Nazaire, j'allais dans un cinéma qui était dirigé par Tony Molière, qui, au début des années 1980, était également un producteur et un distributeur important dans le milieu Art&Essai. On s'était lié d'amitié au fur et à mesure de mes fréquentations. J'ai d'ailleurs eu la chance de ne plus payer le cinéma. Quand j'étais au lycée, je suivais surtout une formation musicale. J'étais plus inspiré par la musique. Mais je m'intéressais beaucoup au cinéma, c'était génial, puisque je ne payais pas l'entrée. J'ai continué ma formation musicale. J'aurai dû faire mon service militaire, mais je suis rentré comme objecteur à la scène nationale de Saint Nazaire, qui diffusait des films de cinéma. Il en existe quelques autres, comme à La Rochelle par exemple, mais aussi à Poitiers, à Niort, au Havre, à Dunkerque... Un peu moins maintenant. Par contre, il y en a une qui est spécifiquement dédiée à l'image et au cinéma, c'est le Lux de Valence.

Bref, la personne responsable de la programmation cinéma à Saint Nazaire est partie très rapidement (au bout d'un an). Vu que j'avais déjà une connaissance relativement bonne du cinéma et que j'étais lié au programmateur indépendant de la ville, j'ai été naturellement conduit à prendre en charge ce poste. J'étais jeune, j'avais 21 ans. J'y suis resté pendant à peu près 10 ans. C'était pas tout le temps simple : je devais travailler avec une équipe bien plus tournée sur le spectacle vivant. On avait trouvé un compromis intéressant – d'ailleurs très complémentaire avec ce qu'il se passait en ville - : nous étions surtout tourné sur le patrimoine et le jeune public. De plus, notre programmation avait des fixes climatiques – saisonnier en quelque sorte. C'était passionnant : j'apprenais le métier avec des contraintes particulières avec un programme exigeant.

Moi :

Justement, comment arriviez-vous à toucher le public ?

MB :

On avait déjà une bonne partie de notre public qui était aussi celui du théâtre. Puis, c'est aussi les plans comm' et publicité qui présentaient ces séances comme des événements en basse saison.

Pour le jeune public, on a rouvert une salle dans une petite station balnéaire voisine (fermée dans les années 1970), qui diffusait des films l'été. On y diffusait des films assez difficiles ; les films un peu plus grand public étaient en V.O.

Voulant vraiment travailler dans le cinéma, j'ai cherché un poste ailleurs. J'ai alors eu pas mal d'entretiens. Essentiellement en Région Parisienne d'ailleurs.

Moi :

Quelles étaient les questions qu'on pouvait vous poser ?

MB :

C'était essentiellement basé sur un projet. Il fallait en présenter un et convaincre là-dessus. Finalement, on m'a proposé de diriger Le Rio à Clermont-Ferrand.

Moi :

Sur quel projet ?

MB :

Le cinéma était déjà ouvert. Il avait une particularité intéressante : il appartenait au CE de Michelin. Le CE s'impliquait énormément sur la culture et de relier culture et monde du travail. C'est pourquoi, ils ont repris en 1995 ce cinéma qui s'était ouvert dans les années 1960 et ont créé une association, où le CE était majoritaire, pour diriger ce cinéma. Ce cinéma n'était pas seulement destiné aux salariés de Michelin : il s'agissait aussi d'offrir un lieu pour les habitants du quartier nord qui souffraient d'un fort déficit d'établissements culturels.

Moi :

Quelle ligne éditoriale pouvait avoir ce genre d'établissement ?

MB :

Quand je suis arrivé, c'était le grand écart : il y avait aussi bien un Almodovar en V.O. que Jurassic Park.

Moi :

Mais il y avait plusieurs salles ?

MB :

C'était un monoécran, avec une multiprogrammation à la semaine.

Moi :

Il n'y avait donc pas spécialement une identité ?

MB :

Si, ça restait principalement une salle Art&Essai, basée sur la recherche et sur le jeune public. On essayait d'ailleurs de faire beaucoup d'animation, de débats, etc. Il s'agissait vraiment de créer un lieu de vie et d'échanges.

Ca a bien marché : on est passé de 4000 à 50 000 entrées par an. Et on a réussi à obtenir pas mal de labels : recherche, jeune public... Il n'y a que patrimoine qu'on n'a jamais eu. Bizarrement, j'étais moins motivé...

Moi :

Peut-être est-ce difficile de tout cumuler au vu de la rationalité du CNC...

MB :

Si, c'est possible. Le Comoedia l'est. Bref, on a réussi à vraiment participer au paysage de l'exploitation sur Clermont. Ca nous a permis d'ailleurs d'embaucher un animateur.

Ce que j'ai ramené ici de Clermont, c'est l'importance du jeune public, travailler sur les dispositifs pédagogiques, avoir une programmation spécifique... Ca a bien marché. C'est comme ça que j'ai rencontré Marc Bony qui distribuait Kirikou avec Jebeca.

Le jeune public n'était alors pas encore vraiment une « cible ».

Moi :

Y avait-il une grande fréquence d'animation pour le jeune public ?

MB :

Un programme permanent leur était destiné avec quelques rendez-vous comme les ateliers, des rencontres, et autres. On travaillait même l'accueil : il y avait, par exemple, des réhausseurs.

Ici, on continue, avec Marc Bony qui a racheté le Comoedia et qui m'a confié la programmation du lieu.

Moi :

Alors, justement la construction du Comoedia...

MB :

ET bien, nous sommes ouverts depuis novembre 2006. Au début, nous devons nous faire connaître, donc la programmation était plus proche de celle des complexes classiques avec des films porteurs. Aujourd'hui, on s'est repositionné.

Moi :

Mais vous n'avez pas eu de mal à obtenir ces films ?

MB :

Si si. Surtout à l'ouverture. UGC est tout de suite monté au créneau. Le premier lundi de programmation, lorsqu'il fallait obtenir les confirmations à 48h de l'ouverture, je me suis

retrouvé avec plus rien. La moitié des distributeurs s'était débinée, parce qu'UGC avait fait pression.

Moi :

Comment on se sort de ce type de situation ?

MB :

En ne lâchant pas le morceau ! Et puis en étant aidé par le médiateur du cinéma. Je m'en souviens, c'était la sortie d'un Scorsese. C'est important de démarrer sur un Scorsese. On avait préparé un beau programme qui disait les films qu'on allait sortir dans les deux mois à venir.

Bon, et ensuite on continuait comme ça tous les deux ou trois mois, avec, par exemple, notre film de Noël... On en avait besoin de ces films. Et puis, c'était une manière de dire qu'il n'y avait pas qu'UGC qui diffuse cela. Mais, dès le départ, en parallèle, on diffusait des films jeune public et plus pointus. Il nous fallait un peu de tout pour signifier qu'on était un vrai cinéma de quartier. Bon, et les films porteurs étaient en V.O. La même année, il y avait aussi Spiderman : nous on s'en sortait en disant que Sam Raimi est un auteur. Ça énervait UGC, mais on aimait bien les énerver.

Il ne fallait surtout pas perdre de vue un point : aidés pour la construction par le CNC, il était convenu qu'on diffuse un certain nombre de films Art&Essai (70% des films pour Lyon). Ça laissait une certaine marge, et je ne me suis pas privé.

Maintenant, on n'a plus vraiment besoin de ces grosses machines. Plus besoin d'Harry Potter. Il n'y a que Pixar que l'on diffuse encore, mais parce que le registre est différent. Pareil pour Miyasaki.

Moi :

Alors, au final, c'est quoi l'identité Comoedia ?

MB :

Un complexe 8 salles sur Lyon, qui diffuse de l'Art&Essai, mais avec un grand confort. On évite à tout prix la dimension marchande : pas de vente de DVD, mais un espace de convivialité, pas de publicité avant les films, et nous passons gratuitement les bandes-annonces... C'est financièrement assez risqué. D'autant plus que nous sommes entièrement privé. Mais les spectateurs qui n'aiment pas la pub viennent.

Moi :

Avez-vous beaucoup d'abonnés ?

MB :

Pas mal : 10 000. Par rapport au nombre d'entrées global, on voit qu'il s'agit d'un vrai noyau (à peu près 15%). Et puis, des blockbusters, on ne garde que les films Art&Essai porteurs, par exemple, Tarantino. Sur Lyon, on arrive premier avec ces films. Avec tout ça, on répond totalement aux critères sur les différents labels du CNC, on est 100%. Même au niveau des primes, on ne peut pas aller plus loin.

Moi :

Donc, le CNC ne peut pas être une contrainte pour vous.

MB :

Vous savez, quand on programme, à quelques rares exceptions, on sait ce qui est Art&Essai et ce qui ne l'est pas. Et, du coup, ça me permet de diffuser des films qui ne sont pas classés. C'est facile quand à Lyon, on est les seuls à avoir les trois labels et à partager ce statut qu'avec un seul autre établissement en Rhône-Alpes.

Moi :

Alors, où est votre concurrence ?

MB :

On a énormément de concurrence. UGC, Pathé Bellecour qui depuis février fait de l'Art&Essai... Ce qui fait qu'on doit beaucoup travailler sur la confiance des distributeurs. Le CNC n'est plus un problème par contre.

Depuis que les multiplexes s'intéressent à l'Art&Essai, il y a beaucoup de travail. Déjà limiter la casse. Il y a trop de copies. Ruban Blanc, c'est 5 copies sur Lyon, c'est trop. 3 copies à la limite, ça passe, mais 5 ! mon problème n'est pas tant sur l'accès que sur le nombre de copies.

Moi :

Je travaille aussi sur Marseille qui est assez pauvre en cinéma. Je me demandais si, à Lyon, vous ne profitez pas également d'un phénomène de concurrence positive.

MB :

Peut-être, mais, à Marseille, je suis sûr qu'il y a un gros coup à jouer.

Moi :

Et puis, vous êtes au GRAC...

MB :

Certes, mais c'est surtout amical. La chose qui nous profite avec le GRAC, c'est d'avoir les chèques d'entrées du GRAC, donc les CE. C'est vrai que c'est un système qui marche plutôt bien. Tout le monde s'en sort bien dans cette association : il est vrai qu'on est la seule salle du centre-ville à accepter les chèques de la GRAC. On n'a pas besoin des autres points forts du GRAC : copies du GRAC, compilations de films d'animation...

Moi :

Le GRAC joue sur une prolongation de la durée de vie des films. Essayez-vous de vous positionner là-dessus également, ou êtes-vous dans une problématique différente ?

MB :

On garde les films aussi longtemps que l'on peut. Mais nous sommes contraints au système de contrôle des entrées au dimanche soir. Le lundi matin à 8h30, j'évalue les films qui restent et ceux qui partent.

C'est toujours un moment difficile avec les distributeurs : on discute l'exploitation des films séances par séances et jour par jour. Des fois, ça va loin dans les rapports de force. Le lundi matin, il faut bien être solide et réfléchir à ce qu'on fait.

Il y a encore beaucoup de pression de la part des distributeurs. Même si cela est moins fréquent qu'avant, il y a encore des pratiques d'offre groupée par exemple, ou le plein écran.

Moi :

Est-ce une pratique spécifique de quelques distributeurs ?

MB :

C'est à tous les niveaux. Mais ça évolue...

Moi :

Et la numérisation va-t-elle changer la donne ? êtes-vous en train de vous équiper ?

MB :

Pour le moment ça ne change rien. Pour l'évolution des rapports, je ne sais pas. J'en sais rien. De notre côté, on va s'équiper progressivement. Sincèrement, je crois pas que ça va changer grand chose dans notre travail. Au pire, ça va empêcher l'argument du coût d'édition de copie...

Moi :

Pour revenir à vous maintenant. Quel est le public du Comoedia ? Comment vous articulez la communication sur votre établissement ?

MB :

Il est assez hétéroclite, large. Du coup, on reste classique : on a un site, le programme mensuel, le programme trimestriel pour le jeune public, la newsletter pour les 14 000 abonnés...

Moi :

Et pour vos événements ? Y a-t-il une régularité que vous vous êtes fixé ?

MB :

Ça dépend des équipes, de leurs tournées. Il n'y a pas de règles. Il y a quelques rendez-vous réguliers : cinécollection, le Comoedia des enfants, l'Université Populaire...

Moi :

Vous gardez tant que possible le lien avec le public alors ? Mais d'ailleurs, comment vous définissez alors votre travail ? Est-ce cela ? Pourquoi faites-vous ce travail ?

MB :

L'accompagnement et l'échange. Le cinéma doit être proche de la vie citoyenne. Loin de la vie de consommation, sans perdre de vue que c'est un service. Il ne faut oublier que l'on est 100% privé.

Moi :

C'est assez surprenant qu'en l'espace de 3 ans vous soyez ainsi quasiment indépendants...

MB :

On est 100% indépendants puisqu'on est 100% privé.

Moi :

Non, mais ce que je voulais dire par là, c'est une indépendance dans le sens où les rapports de force que vous entretenez avec votre environnement vous permet de vous exprimer via votre programmation.

MB :

Ah. Oui. On peut même dire alors, dans ce sens, que j'ai des problèmes de riche : on me propose trop de films. Une de mes grandes difficultés, c'est même de dire : « ah non, je peux pas...je sais que vous avez votre équipe qui peut se déplacer, mais je peux pas ». Enfin, je dis ça, ça date depuis 6 mois à peu près. Surtout avec les histoires du CNP, du licenciement de Marc Artigau... Les distributeurs préfèrent venir vers nous : on diffuse les films au mieux, et puis, surtout, on paie les distributeurs. Là, avec Marc Artigau qui se fait virer, alors que c'est le seul qui pouvait encore garder le lien avec les distributeurs...

Alors là, Moravioff a tout envoyé à Marseille... C'est normal, c'est le seul. Je suis sûr qu'il y a un truc à faire là-bas. On n'arrête pas de dire que Marseille c'est pas une ville Art&Essai ; mais il n'y a jamais réellement eu de travail de fond non plus là-bas.

Moi :

Dans vos différents voyages avez-vous remarqué si certaines villes auraient une « culture cinéma » et pas d'autres ? Par exemple, que Lyon aurait une « culture cinéma » et pas Marseille ?

MB :

Lyon est une très grande ville donc effectivement on sent une différence. On a notamment beaucoup d'étudiants et surtout des étudiants étrangers.

Moi :

Ce sont eux qui apportent une dynamique en semaine pour vos salles (ce qui est généralement compliqué) ?

MB :

Pas mal. Et surtout à partir de décembre : janvier, février, mars.

Moi :

Étonnant ça. Vous avez une idée de pourquoi ?

MB :

Je sais pas. Avant, ils doivent certainement s'installer, faire les premiers cours. Dans ladite période, ils sont bien installés et rodés. Et puis après peut-être qu'ils partent pour des stages ou d'autres choses...

Sinon, dans les habituels et réguliers, on a le public Art&Essai un peu vieillissant, comme partout en France ; le jeune public aussi, avec notre programmation qu'on essaie de bien mettre en valeur.

Moi :

Il manque que la tranche 25-35 ans ?

MB :

On en a aussi pas mal. Ca marche bien parce qu'on touche un peu tout le monde finalement.

Moi :

Vous n'avez jamais fait de « ciblage marketing (culturel) » ?

MB :

Non, c'est vraiment une heureuse rencontre entre ce que Marc et moi aimerions voir au cinéma et le public. Bon, mais on a aussi des plus-value : le snack et le restaurant n'ont pas n'importe quel produits, on a un bar à vin avec une ligne éditoriale précise... Les produits sont naturels et fournis par des producteurs indépendants. C'est-à-dire que nous sommes, à notre manière et à notre mesure, impliqués dans l'économie agricole indépendante. Ce qui ne veut pas dire simplement local : on ne vend pas que du beaujolais ou des cotes du Rhône.

Tout est épuré. Même la déco et l'affichage. On essaie de ne pas trop en faire. Pour l'arrivée de Patrice Chéreau, il y a un bordereau : on sait que Patrice Chéreau sera là. Par contre, on met cela plus en valeur sur le site internet. On a aussi un partenariat avec la radio jazz qui en parle également et qui permet de gagner des places (une cinquantaine). C'est assez classique finalement. C'est au niveau de la presse qu'on n'est moins actifs : dans Le Progrès, il y a rien ; mais un peu dans Lyon Poche.

Moi :

Et puis aussi, évidemment dans votre document mensuel ! Mais, pourquoi ce format particulier pour votre document mensuel ? (Programme au recto, affiche au verso, le tout plié en huit)

MB :

On aimait bien la possibilité d'avoir une affiche si les gens aime collectionner des affiches, tout en respectant un format poche qui est très pratique. C'est assez cher. (Appel téléphonique). Oui, excusez moi, j'ai d'autres activités : je programme aussi des salles dans les Alpes.

Moi :

Oui. Ca ne doit pas être la même logique.

MB :

Je n'y fait que de l'Art & Essai et du Jeune Public.

Moi :

Vous profitez de votre notoriété du Comoedia pour programmer cette salle ?

MB :

Oui. Surtout que pour ces salles, c'est plus difficile d'avoir des copies. Moi, ça me permet d'en décrocher ; notamment le Hanecke. Et puis, je fais un suivi des copies en circulation à partir du Comoedia.

Moi :

Ce qui fait que vous êtes en meilleurs termes avec les distributeurs ?

MB :

Exactement.

Moi :

C'est aussi pourquoi vous avez moins besoin du GRAC ? Vous êtes comme un micro-GRAC finalement...

MB :

Bah ouais. De toutes façons, on est trop loin dans la montagne pour le GRAC ; ce serait plutôt une salle pour l'ACRIRA.

Moi :

L'ACRIRA à Grenoble, qui, d'ailleurs, si je ne me trompe pas, est très actif par rapport au jeune public. Pour finir sur les distributeurs, savent-ils dans quelle salle vous allez projeter votre copie ?

MB :

Non. Je choisis la salle par rapport à la capacité que le film a de la remplir et parfois je le change de salle (on passe de 80 à 290 places selon les salles). Et puis, ils ne sont pas spécialement regardants là-dessus parce qu'on a quand même trois grandes salles.

Annexe 11 : Entretien avec Roger SICAUD, conseiller cinéma à la DRAC Rhône Alpes (22/12/09)

Moi :

Y-a-t-il une position de l'exploitant face à son spectateur ? Peut-on distinguer différents profils d'exploitant ? Une typologie est-elle possible ?

RS :

La profession n'est absolument pas homogène et si certains exploitants attachent une très forte importance à la question de la médiation, de travail social et culturel, d'autres si consacrent beaucoup moins, voire ignorent ce problème en vue d'une pratique purement et simplement marchande.

En gros, ce qu'ils partagent tous, c'est qu'ils s'interrogent sur leur position vis-à-vis du mode d'accès aux images.

Moi :

Mais, dans ce jeu, qui est concurrent de qui ? Je pose cette question parce qu'il me semble qu'il s'agit d'un point essentiel dans la perception que chaque exploitant a de son propre travail. Il est évident que les stratégies diffèrent en fonction de l'environnement et la concurrence – réelle comme fictive, c'est-à-dire vécue comme elle par le sujet sans qu'aucun fondement soit avéré - est un élément essentiel de cet environnement. Dire que Les alizés a comme concurrent UGC change la donne que si son concurrent était le Comédia.

À ce sujet, ce que j'ai cru comprendre, c'est que les exploitants se constituent en réseau pour essayer de se sécuriser – le GRAC – et pour ne pas trop être en concurrence entre eux et pour obtenir un plus gros poids vis-à-vis des distributeurs qui sont trop favorables aux multiplexes.

RS :

J'ai envie de vous dire, d'un point de vue d'un peu plus loin et d'un peu plus haut : on est parti d'un schéma qui date de la Libération (avec les cinéclubs puis la Cinéphilie...) où le cinéma était roi dans le sens où il était le seul diffuseur de film, et moi-même, comme les exploitants art & essai, voire la plupart des salles généralistes, font partie de cette culture là, de l'éducation populaire, du cinéma pour tous, etc. Et puis, maintenant, ce n'est plus trop ça. D'ailleurs, il y a une multiplicité des possibilités d'accès aux films ou à d'autres sortes d'entités qui sont des films sans vraiment en être. Le film de cinéma n'est plus l'objet de luxe, générateur du désir qu'il a pu susciter.

Par ailleurs, et ce au niveau industriel, on a pu voir un phénomène de concentration beaucoup plus fort. Le GRAC, les salles dont vous parlez, sont dans un état de décrépitude et d'affaiblissement... Ce sont un peu les derniers indiens en quelque sorte. Je suis un peu brutal, mais...

Disons qu'aujourd'hui, ils existent aussi parce qu'ils sont les principaux interlocuteurs dans des projets d'aménagements du territoire, et au Ministère de la Culture l'on voit bien que ces salles sont de plus en plus marginalisées du marché et que les grands groupes s'installent dans les meilleurs emplacements.

Ce qui est d'ailleurs notable avec les grands groupes, c'est leur politique terriblement agressive vis-à-vis de tout le reste. Cela peut s'expliquer ainsi : ils font de gros

investissement, mais le public n'accroît pas nécessairement, ce qui fait qu'ils emploient des stratégies pour récupérer des « niches » de spectateurs. L'affaire des cartes illimitées montre bien qu'il s'agit chez eux d'accaparer tant que possible le public.

Alors, vous avez raison, le GRAC dans le Grand Lyon, mais aussi l'ACRIRA du côté de Grenoble (et d'autres groupes similaires dans le reste de la France) sont des tentatives de solidarisation en vue de résistance face à une déferlante de plus en plus forte, agressive de la part des grands groupes. Les enjeux de l'exploitation d'*Avatar*, de la 3D et du numérique sont absolument révélateurs.

Voilà donc pour le cadre général.

Maintenant, pour répondre plus précisément à votre question, « le CNP, le Comédia sont concurrents de quoi ? » : on parle d'indépendants – notion à absolument définir tant les points de vue divergent à ce sujet -, on parle aussi de cinémas de proximité (pour évoquer le cinéma de quartier) et on parle de cinéma art & essai. Il y a donc trois approches différentes. Cependant, ces approches recouvrent à peu près les mêmes salles : elles ne sont pas dans des stratégies de marché, mais encore dans une conception du cinéma comme art, objet d'éducation populaire tandis que le cinéma dominant est résolument sur une logique industrielle.

Moi :

Mais alors, quelle logique permet de faire tenir ces petits cinémas ?

RS :

Évidemment pas dans la logique de marché ! Au niveau d'une logique culturelle, ils sont portés par la cinéphilie. Et l'idée qui en ressort, et qui procure une légitimité à ces cinémas, c'est la logique de la diversité. La cinéphilie, c'est la diversité alors que la logique industrielle tend justement à concentrer (au point tel que les écarts entre les films qui marchent et ceux qui ne marchent pas prennent des proportions de plus en plus gigantesques). La cinéphilie ne se pose pas la question du succès et vise à montrer le plus de films possible et le plus de choses possible au lieu de se concentrer sur une courte période sur un nombre réduit de films.

Le gros problème, c'est surtout le renouvellement du public. C'est pour ça qu'un certain nombre d'actions sont désormais menées comme « école au cinéma », « collège au cinéma », etc. qui consiste à sensibiliser les jeunes à cette logique qu'ils ne retrouveraient pas ailleurs et ordinairement.

L'autre logique qui les supporte, et j'en ai déjà touché quelques mots, c'est celle de l'aménagement du territoire avec les collectivités. Si en France, on se félicite d'avoir un parc très diversifié, il ne faut pas oublier que les 170 multiplexes récupèrent plus de 65% des parts du marché même si il y a à-côté des salles dans les milieux ruraux et les villes moyennes. C'est une spécificité bien française et qui a toujours été portée par l'État et ses systèmes d'aides et de régulation. L'objectif étant de ne pas faire comme la plupart de nos voisins où, au final, il n'y a que quelques grands multiplexes dans les agglomérations et le reste c'est le désert. Ça c'est une politique d'aménagement du territoire portée par l'État et les collectivités. D'où pour revenir à vos exemples : le GRAC est composé à 90% de salles municipales (régies en direct ou par des associations loi 1901 qui sont généralement les instigateurs de la création de la salle auprès des municipalités). Le cinéma est donc un outil inscrit dans les logiques d'aménagements du territoire où, à côté des commerces, il y a aussi les loisirs ; il est d'ailleurs considéré comme lieu de rassemblement, de sociabilité, de cohésion sociale...

Moi :

Mais alors, si ces salles sont aidées et n'existent que par les municipalités, quelles seraient leurs contraintes ? Quelles seraient les exigences et les critères des municipalités ?

RS :

Bon, pour expliquer cela, il faut garder en tête que ce sont des salles d'initiative municipale qui ne pourraient pas exister sans ces initiatives. Il y a des cas de figures différents selon les municipalités. Certaines municipalités n'hésitent pas à investir beaucoup pour que la salle puisse conserver une certaine ligne éditoriale, voire créer un festival, et d'autres souhaitent que les comptes restent équilibrés (et il faut donc diffuser des films grands publics pour faire des recettes).

Moi :

Et c'est mal vécu par les exploitants ?

RS :

Tout dépend de la manière dont en parle la municipalité. Le mieux, c'est d'interroger directement les programmateurs : par exemple, vous avez d'un côté Bron et Vénissieux et, de l'autre, ce n'est pas du tout la même ligne éditoriale à St Priest et, plus extrême encore, à Meyzieux où là c'est une exploitation privée. Selon ces caractéristiques, on voit des différences de programmation et de la place accordée aux exclusivités, aux V.O., au patrimoine...

Mais cela dépend aussi du nombre de salles. Vénissieux a, par exemple, trois salles en numérique, et vise à ne pas faire de ghetto, donc les gros films doivent aussi faire partie de la programmation, au même titre que les films de répertoire, etc.

Moi :

Mais justement, pour rebondir sur la caractérisation des salles. Je me suis dit qu'il serait pertinent de cadrer mes recherches à partir de 2002, c'est-à-dire de la réforme art & essai du CNC. Je n'ai pas exactement bien compris le principe de cette réforme, mais est-ce que ça a amené une autre logique ou pas ? D'ailleurs, est-ce que ça a amené un autre rapport avec le jeune public (dans le sens où s'il y a une plus grande diffusion de films pour ce public, il n'y a pas proportionnellement un plus grand accompagnement de ces publics) ?

RS :

Sur ces dispositifs nationaux d'éducation à l'image, établis par le CNC, l'Éducation Nationale et le Ministère de la Culture, en partenariat avec les exploitants et les collectivités, on peut dire qu'il s'agit de montrer des films d'époques et de géographies diverses afin de sensibiliser le jeune public à la diversité du cinéma et, surtout, de montrer des choses qu'on ne pourrait pas voir dans les salles d'aujourd'hui. Ce seraient des films que l'on pourrait peut-être voir sur les chaînes thématiques à la TV, mais encore faut-il aller les chercher. Il y a une politique volontariste dans cette démarche et qui implique l'engagement des différents partenaires.

Au niveau de l'accompagnement, il y a des dossiers et des fiches et sont prévues des formations pour les enseignants et des ateliers pour les élèves. Ça existe depuis 20 ans. Mais il est vrai qu'il y a des déséquilibres : autant il y a beaucoup d'activités au niveau école et lycée, autant il ne se passe pas grand chose au niveau collège.

De plus, les dispositifs varient selon l'investissement que les départements accordent. Pour finir, cela dépend du niveau de compétence de l'enseignant et de sa culture cinéphilique ; d'autant plus que ce mouvement a justement été initié par des enseignants cinéphiles et autodidactes. Ainsi, il arrive que des classes cumulent tous les défauts et tout se résume à la projection d'un film avec, éventuellement, la fiche et donc, aucun débat, aucune réflexion, aucun travail en classe. Mais, dans d'autres cas, l'enseignant a préparé le film pendant deux

ou trois heures en classe, a accompagné ses élèves en projection et travaille encore quelques heures en classe sur le film avec les documents fournis.

Il y a deux ou trois a été rédigé un cahier des charges qui rappelait les exigences pédagogiques⁷⁵⁹. Mais cela, évidemment, ne conduit pas à une même logique pour toutes les classes. Mais, pour défendre cela, je rappelle que ces dispositifs concernent trois millions d'élèves.

Moi :

Et qui choisit les films ?

RS :

Il y a d'abord un conseil au niveau national, composé de représentants du CNC et des professionnels qui choisissent les films en fonction de plusieurs choses qui concernent aussi bien les qualités intrinsèques des films que leur disponibilité (un distributeur a-t-il encore les droits sur ce film ou non ? Y a t'il un nombre suffisant de copies ?).

Au niveau local (départemental ou régional), il y a un deuxième comité de pilotage qui choisit les films par ceux préselectionnés au niveau national : 3 films pour les 6^e/5^e et 3 films pour les 4^e/3^e, et ce sont ces six films qui vont tourner dans tout le département.

Moi :

Et les résultats laissent-ils penser qu'il va y avoir une rotation du public ? Que le jeune public sera le public de demain ?

RS :

Il y a eu des enquêtes de faites, mais seulement auprès des jeunes soumis au dispositif. Il n'a jamais été vérifié les conséquences sur leur cinéphilie future. Du coup, on ne sait pas les conséquences pour dans 10, 15, 20 ans. On peut juste parier sur le fait que le virus ait pris certains d'entre eux.

Moi :

Mais quelles sont les attentes lorsque l'on applique un tel dispositif ?

RS :

Les attentes sont simples : montrer d'autres choses pour, surtout, former l'esprit critique. Pour éviter qu'ils gobent tout ce qu'ils voient. Par rapport à ce que vous disiez à propos du problème de parier sur une régulation permise par le spectateur roi, et bien, il faut quand même lui donner des outils pour être « roi ».

Moi :

Pareil, justement, ce sont des clefs qui pourraient peut-être donner de la légitimité à tous les acteurs. Les multiplexes en ont besoin également, non ?

RS/

Tout à fait. Déjà parce que ces salles art&essai sont des lieux d'expérimentation. Il y a des auteurs qui ont percé grâce à ce secteur. Almodovar en est le meilleur exemple. De plus, les dispositifs d'éducation à l'image dont nous parlions sont principalement soutenus par les salles art & essai et les cinéma de proximité, alors que les multiplexes nettement moins.

⁷⁵⁹ Disponible sur le site du CNC et du Lux, cinéma de Valence qui est le site d'accueil pour la pédagogie de l'image.

Ca ne participe pas de leur problématique. Il ne s'agit pas simplement de projeter des films ; il faut aussi faire tout l'accompagnement qui est précisément l'éducation à l'image. La seule chose qui intéresse le multiplexe, c'est comment faire en sorte que les jeunes qui restent chez eux, devant la TV ou leurs consoles de jeux, prennent le chemin du multiplexe pour voir ce qui est à l'affiche... et manger les pop corns.

Ils sont intéressés pour avoir de nouveaux clients et de donner aux jeunes le goût du cinéma ; mais pas dans le sens de donner un esprit critique ou un esprit d'ouverture. L'idée c'est plutôt d'avoir de nouveaux clients plutôt dociles

D'ailleurs, on remarque depuis les années 1950 la réduction de l'espace critique au profit de l'espace promotionnel (presse et surtout TV)

Moi :

Et Internet ? Les communautés de fans (notamment des genres mineurs) ?

RS/

Cela n'empêche pas le constat de base : il y a une marginalisation du cinéma art & essai et il y a un développement d'un discours commercial qui aurait à peu près ce fond (et dont vos exemples ne s'éloignent pas tant que ça) : tous les films se valent, le spectateur se débrouillera très bien... En gros, on fait l'impasse sur la dimension de prescription. On retrouve un peu le mythe du bon sauvage : il n'existe pas plus que le spectateur bon expert. Le spectateur roi, libre de faire lui-même ses choix a tout de même besoin d'un prescripteur. Et qui est le prescripteur ? Personnellement, je préfère que le prescripteur soit l'instituteur de mes enfants plutôt que l'industrie qui va prescrire Harry Potter 6 parce que du 1 au 5 ça a bien marché. L'individu roi n'existe pas ; à chaque spectateur a été prescrit quelque chose et le tout est de savoir ce qu'on lui prescrit et, surtout et avant toute échelle de valeur, qui prescrit quoi. Qui est prescripteur ? Wall Street ? L'universitaire ? Il y a un prescripteur quelque part sauf qu'il y en a que l'on peut identifier parce qu'ils s'affichent (l'exploitant, l'instituteur...des individus qui parlent toujours d'un savoir) et il y a celui dont on ne parle pas, que l'on ne voit pas, mais qui est cependant là, ce qui le rend d'autant plus sournois et c'est le libéralisme sauvage.

On est vraiment dans un changement violent où l'espace critique (qui était fort) s'est monstrueusement rétréci

Moi :

Peut-on faire la généalogie de ce changement ? Y-a-t-il eu un événement symptomatique et moteur ?

RS :

Lors de mes études, dans les années 1970, j'ai eu la chance de connaître la grande aventure de la sémiologie. C'était un nouveau discours scientifique sur le cinéma et sur les arts qui a désacralisé les objets étudiés. Et je commence à me demander si ce n'est pas un moment charnière justement. Le rétrécissement de l'espace critique, je ne le vois pas beaucoup plus loin qu'il y a 20 ans justement. Pareil, si on prend en compte le signal très fort qu'est Hollywood, il y a eu un basculement après le Vietnam, vers 1975, où l'on voit émerger – après une période très perturbée - le Nouvel Hollywood et la nouvelle technologie Dolby stereo, deux signes de la disparition d'un certain âge adulte du cinéma que l'on pouvait voir dans l'âge d'or d'Hollywood.

Je n'ai pas vraiment de réponse à votre question. Je pressens simplement que le basculement a eu lieu lors des années 1970 et, par conséquent, la question serait presque de savoir si

l'agressivité concurrentielle du Nouvel Hollywood ne serait pas conséquence de la réduction de l'espace critique.

Moi :

Mais n'est-ce pas le cinéma de cette période qui devient le corpus d'une certaine nouvelle cinéphilie, orientée série B, geek, etc. ?

RS :

Ce que vous dites n'est pas en contradiction justement du fait que cela peut être considéré comme symptôme d'un changement d'échelle de valeur. C'est ce que je disais tout à l'heure avec le « après tout, tout se vaut ». On retrouve aussi cela avec un discours orienté sur le Box Office : il y a un refus de référer, un refus de discours critique...

Par exemple, Hollywood a toujours aimé parler de l'argent et des moyens de ses films. Nombre de figurants, budget, etc. Ce qui change par contre actuellement, c'est qu'au lieu de dispositif critique dans les médias, on affiche de plus en plus les résultats : à la TV, on va inviter sur le plateau soit n amont de l'exploitation, soit on va parler des chiffres du premier jour ; *Le progrès* également donne moins d'espace critique, mais, par contre, donne les chiffres d'entrées...

N'oublions pas que cela est lié au phénomène relativement récent de la sortie nationale (environ 1982-1983) : les chiffres n'avaient vraiment de sens lorsqu'un film sortait en décalage entre différentes villes et qu'il pouvait parfois être exploité sur 3 ans ; aujourd'hui, on pense beaucoup plus en termes de couverture de territoire et à ce titre les chiffres prennent de l'importance. De fait, c'est là dessus que s'appuie un « effet masse » : « déjà Trois millions de spectateurs la première semaine...et vous ?! ». La sortie nationale a beaucoup modifié le système de valeur ainsi que les rapports de force. Par exemple, les *Alizés à Bron* : ils n'ont pu avoir de sorties nationales qu'à partir d'à peu près 1990 ; c'est devenu un argument choc pour eux : « sortie nationale ». Pareil pour *Saint-Martin*... Tout cela a tout au plus vingt ans.

Moi :

Lyon et son agglomération conserve-t'elle une spécificité (si elle en a jamais eu évidemment), une caractéristique dans ce schéma ou non ? Quelle serait-elle ?

RS :

Oui, et bien... Il faut déjà bien séparer le Grand Lyon comme espace géographique et le Grand Lyon comme dispositif politique.

Commençons par parler du Grand Lyon géographique. Lyon a toujours été la deuxième ville du cinéma, même si Marseille est passé devant pendant un moment. Mais, pour l'heure, il y a un réseau important de salles indépendantes qu'on ne retrouve pas dans les autres grandes villes (Marseille, Bordeaux...). Cela est dû aux mouvements de cinéphiles qui s'appuient sur une municipalité pour (ré)ouvrir une salle (d'abord Vénissieux, en 1978, puis d'autres villes ont suivi : St Priest, Bron...). L'exemple de Bron est intéressant : la dernière salle privée de la ville – tenue par un bistrotier depuis quelques dizaines d'années - allait fermer vers 1985 ; ce sont des cinéphiles de la MJC qui ont décidé de « louer » le cinéma. La municipalité s'est posée comme garante de ce « loyer ». Alors que les choix semblaient risqués (Art et essai, films en V.O.), le résultat s'avère positif. Du coup, ces cinéphiles sont retournés voir la municipalité pour demander un cinéma neuf. Face à la réussite de leur travail pendant 8 ans, la municipalité répond à leur demande. À Sainte Foy, l'histoire est un peu similaire... Donc, avec tout cela, on a un réseau incomparable en France.

C'est là un des enjeux dramatiques avec le Grand Lyon – entendu ici comme dispositif politique – et qui, en 2000, a établi un schéma pour faire venir trois multiplexes. Le Grand

Lyon pensait qu'une cohabitation serait possible et que l'offre cinématographique serait élargie. Malheureusement, au final, les multiplexes sont plus nombreux que prévu, sont plus grand prévus et sont extrêmement agressifs... Du coup, il devient difficile de sauvegarder le cinéma de proximité.

Moi :

Vous pensez à Pathé ?

RS :

Pathé et UGC. Pathé a un multiplexe en centre ville et deux en proche périphérie. UGC en a un à la Cité Internationale et à la Part Dieu et va en ouvrir d'ici 2011 un autre en plein centre-ville. La concurrence sera de 3 contre 3 (sites), avec à peu près 47 (3x14 salles + 5 à Astoria)salles pour UGC et 48 salles pour Pathé (2x14, plus 15 et les Cordeliers, vouées à être démolies pour rouvrir 5 salles en sous-sol).

Grand nombre de salle, mais aussi une stratégie concurrentielle très agressive, notamment par le biais des cartes illimitées. On peut leur reconnaître le fait qu'ils aient apporté un nouveau public, ça c'est indéniable. Cependant, il y a un côté cannibale aussi...

Moi :

Mais ce développement tire son origine dans les années 1990 avec le développement des multiplexes, ou plutôt dans les années 2000 ?

RS :

Et bien, le Grand Lyon avait eu une idée intéressante après l'arrivée de CGR à (Briniay), c'est-à-dire pas loin de Lyon et pas mal d'opérateurs voulaient s'implanter dans l'est Lyonnais. Vers 1999, le Grand Lyon a décidé de réfléchir sur un plan global plutôt qu'au coup par coup. Ils ont compilé toutes les demandes d'implantation et ont demandé une étude au cabinet *Ernst&Young* afin d'évaluer le nombre de sites de multiplexes que pourrait supporter le Grand Lyon en plus de l'offre actuelle et sans trop mettre à mal le réseau de salles indépendantes.

La conclusion de *Ernst&Young*, avec les données de l'époque, était de dire que « *il y a de la place pour deux, voire trois multiplexes de taille moyenne, étalés dans le temps* ». Pour le dire autrement : des sites de 10 salles maximum, qu'on implante l'un après l'autre (on met un ou deux sites puis on attend de voir si il y a de la place pour un troisième).

Le problème, c'est que très vite (vers 2001) le « deux, voire trois » est tout de suite devenu « trois » pour des raisons « géopolitiques » de sites. Car, il s'agissait de savoir où on installait ces sites. Tout de suite, il y a eu un accord pour en faire un à Vaulx-en-Velin. C'était un deal entre le maire de Villeurbanne et le maire de Vaulx-en-Velin pour signifier qu'ils en avaient besoin. D'autant que Vaulx-en-Velin pâtissait de l'image de banlieue violente et voulait redorer son blason et offrir à ses habitants un centre de loisir, un centre commercial. C'est cela qui a déterminé le développement de *Carré de Soie* avec son multiplexe comme locomotive.

Après l'est, il y a le sud de Lyon. UGC avait demandé de faire un multiplexe à Venissieux et le Grand Lyon refuse. Le Grand Lyon proposait plutôt de se concentrer sur Gerland, quartier alors en pleine restructuration et développement et envisageait plutôt un multiplexe à côté du stade pour faire un nouveau grand pôle lyonnais. Gérard Colomb, qui était maire du 9^{ème} arrondissement, demandait un cinéma à Vaise...

Donc 3 sites. Donc, « le deux, voire trois » est devenu « trois ». Après, quand il y a eu un changement d'équipe municipale et que Gérard Colombe est devenu maire de Lyon, la mairie a modifié sa position : le projet de Gerland est interrompu et l'on se positionne de préférence sur le projet du Confluent. La municipalité propose à UGC le Confluent à la place de Gerland et UGC accepte.

Et puis, tous les projets ont pris beaucoup de retard. L'aménageur de *Carré de Soie* a fait faillite et il y a eu beaucoup de recours (surtout pour des affaires commerciales)... Le *Carré de Soie* qui devait ouvrir en 2004-2005 a finalement ouvert ses portes en avril 2009. C'est finalement Vaise qui ouvre le premier, en janvier 2008. Le Confluent a pris beaucoup de retard ; peut-être s'ouvrira-t-il fin 2010-2011...

Tout ça pour dire que, contrairement à ce que proposait *Ernst&Young*, les ouvertures de multiplexe ne sont plus étalées dans le temps, mais arrivent tous en même temps et tous en retard. Mais surtout, les opérateurs ne se contentent pas de 10 salles car c'est un nombre insuffisant de salle pour assurer la logique des cartes illimitées (il faut montrer tous les films, il faut donc aussi de la V.O. et de l'Art&essai). Le nombre raisonnable de salle pour eux est 14 voire 15.

Donc aucune des bonnes idées de départ ne sont respectées.

Moi :

Alors, dans une telle situation, est-ce que le Grand Lyon a développé une stratégie pour défendre les petites salles qu'il voulait, à la base, laisser saufs ?

RS :

Et bien, c'est là toute la question. Mais, il faut bien comprendre que les données se sont modifiées progressivement. Quand le « deux, voire trois » est devenu « trois », il n'y avait pas encore les cartes illimitées. D'ailleurs, si vous interrogez Marc Bonny du Comédia, il vous dira, et il a raison, que le problème des salles indépendantes, ce ne sont pas les multiplexes en tant que tels, mais l'addition « multiplexes + cartes illimitées ». Les cartes illimitées obligent Pathé et Europalace à passer tous les films, donc à lorgner du côté de l'art&essai et de la V.O., puisque le principe d'investissement dans une carte illimitée, c'est de ne pas avoir à aller au cinéma ailleurs.

D'ailleurs, UGC est dans une situation un peu problématique actuellement avec la 3D. Ne l'offrant pas, ses clients doivent se tourner vers Pathé qui fait payer 12 euros la séances ; les détenteurs de carte UGC risquent d'être fort mécontents.

Autre exemple des problèmes. Une fois que Pathé a ouvert son multiplexe à Vaise, il a repositionné le Pathé Bellecour sur la V.O. et l'Art&Essai. Alors là, ça touche de plein fouet le Comédia et le CNP. Avant, c'était *Harry Potter*, donc pas vraiment de concurrence ; en ce moment, c'est maintenant *Fishtank*, prix spécial du jury à Cannes ! Ils sortent désormais également des films pointus.

Que fait le Grand Lyon ? En 2000, ils ont fait un observatoire des missions cinématographiques pour analyser la situation. Vu que les multiplexes ont tardé à ouvrir, l'observatoire n'avait pas grand chose à observer. Il s'est finalement vraiment mis en place il y a 6 mois (c'est-à-dire en juin 2009). Reste à savoir la gravité de la situation des indépendants et des salles Art&Essai suite aux multiplexes, aux cartes illimitées et au numérique et, surtout, la manière dont ils vont traiter le problème. À ce sujet, il est impossible de se prononcer maintenant.

Moi :

Cela dépendra déjà certainement des conclusions de l'observatoire. Et donc cela dépend de qui compose cet observatoire. Quels sont ses membres ?

RS :

Il y a le cabinet *Exacom* qui est le technicien des analyses et puis sont réunis des représentants de tout type d'exploitation (UGC, Europalace, le GRAC...). Tout l'intérêt se porte principalement sur ce qui s'est passé depuis 2008, c'est-à-dire depuis l'ouverture de Pathé Vaise. Parce que, si l'on observe les conclusions du développement jusqu'à fin 2007, c'est un peu « cocorico », tout marche bien...

Moi :

Certes, mais lorsque l'on compare l'offre à Lyon et à Marseille, il y a peut-être de quoi faire « cocorico ». D'ailleurs, pour évoquer le lien entre les deux villes, il me semble important de parler du cas du CNP. Finalement, n'est pas plus intéressant pour Moravioff de se concentrer sur Marseille où il n'y a pas de concurrence en centre-ville ?

RS :

Ah, les CNP, c'est l'affaire du moment, mais c'est très compliqué. Il y a le contexte global (les multiplexes, les cartes illimitées) et surtout, depuis avril 2009, le repositionnement de Pathé Bellecour sur la V.O. Avec tout cela, depuis trois ans, la situation des CNP n'a pas cessé de se dégrader, de manière d'ailleurs exponentielle. Il y a évidemment également l'ouverture du Comédia.

Mais, je crois que l'autre grand problème du CNP, c'est qu'il est confronté au résultat de quinze ans d'immobilisme. Durant cette période, aucun travaux mis à part le changement de housse des fauteuils du CNP Bellecour. Je dis bien 15 ans, ce qui signifie : 11 ans de Moravioff, mais aussi 4 ans de (Panchot) avant ! C'est-à-dire que Moravioff avait déjà pris la patate chaude en quelque sorte. C'est donc une conjonction de facteurs négatifs qui n'ont jamais cessé de s'aggraver (il est vrai que son caractère et ses relations avec le personnel n'ont rien arrangé, bien au contraire et les conditions de fermeture cet été du CNP Odéon ont particulièrement aggravé les choses).

C'est extrêmement compliqué pour tout le monde. Les relations avec les collectivités sont évidemment très mauvaises ; mais, en même temps, les CNP sont un véritable symbole. Son ouverture en 1968 dirigé à l'époque par Robert Gilbert) était une véritable novation.

Moi :

Mais il était totalement sous le joug du TNP à l'époque pourtant...

RS :

En fait, il y avait trois directions du TNP : Planchon, Chéreau et Gilbert. Robert Gilbert étant l'administrateur ; et c'est lui qui, à l'intérieur du TNP, a ouvert le CNP. Au début du programme, il y avait deux films : Loin du Vietnam, film collectif et contestataire et L'une et l'autre de (René Alliot) sur une comédienne de théâtre ; c'était donc très très lié au théâtre. C'est le CNC qui a poussé le TNP a développé un certain nombre d'idées pour leur CNP ; la plus importante étant que c'est le CNP qui est la première salle à Lyon à proposer un abonnement (mars 1968) et pour les C.E. Dans l'architecture des salles l'écran est mis en

valeur ; pas de confiseries ; on ne passe pas de pub... Bref, c'est tout cela qui composait le CNP des débuts, c'est tout cela Robert Gilbert.

Malheureusement, il décède au début des années 1990. Cependant, il a formé ses directeurs successifs : Bruno Pelleri (qui est devenu producteur des films d'Alain Resnais) et Marc Artigau. C'est Planchon qui reprend les rênes : mais, autant il est intéressé par la production (c'est lui qui a créé Rhône-Alpes Cinéma), autant il se moque de l'exploitation. De plus, les organismes nationaux ont demandé à ce que le CNP et le TNP soient deux entités séparées.

Bon, et puis la veuve Gilbert a revendu ses parts à Planchon à la valeur nominale. Quand Moravioff a racheté le CNP, Planchon s'est, par contre, fait une bonne marge. Et puis, le lendemain du rachat par Moravioff, il y avait des pubs...

Moi :

Pour rester sur ces thématiques de changement, justement, le Comoedia pourrait ramener un souffle, y compris pour le Grand Lyon, et pourtant le conflit s'enlise avec UGC, pourquoi ?

RS :

À l'origine, le Comoedia appartenait à la famille (Lapoul) qui possédait également l'Astoria, le Palais des congrès, l'Ambiance... Et cette famille était le roi de l'exploitation lyonnaise dans les années 1960-1970 : elle a fait venir, en 1961, le 70mm, le cinérama ; elle se concentrait sur la technique, le confort de salle.

Elle était dans le GE de l'époque Gaumont-Pathé et comme elle possédait les salles les plus rentables, elle décidait quelle salle sortait quelle film. Et UGC commençait à les détester parce que, pendant cette période, cette famille a réussi à empêcher que les exclusivités du GE Gaumont-Pathé sortent dans les salles de la Part-Dieu. Par exemple, ET de Steven Spielberg était interdit dans les salles UGC de Lyon, parce que les (Lapoul) étaient puissants et donc ce film sortait que dans les salles Pathé et Comoedia point barre. C'était ça les conditions de l'époque. Il n'y avait pas encore vraiment de médiateur de cinéma. Les films sortaient dans des conditions étroites et les (Lapoul) avaient réussi à moderniser leurs salles parce qu'ils empêchaient que les films phares passent ailleurs.

Il y a d'ailleurs eu une pétition des commerçants de la Part-Dieu qui estimaient que l'interdiction d'un tel film, qui draine autant de monde, interdit au sein du centre commercial portait préjudice à son image.

Cependant, vers 1993, ils ont été obligés de revendre leurs salles. Un des frères a eu de graves ennuis de santé et puis, manque de chance par rapport à leurs homologues dans plusieurs villes, ils n'avaient pas d'héritiers. C'est UGC qui a donc racheté le Comoedia, l'Astoria et l'exploitation cinéma du Palais des Congrès. Une fois que le Palais des Congrès fût détruit pour le projet de la Cité Internationale, UGC était prioritaire pour y construire un multiplexe car cela était convenu dans la concession par le Grand Lyon.

Donc UGC a fait une bonne affaire : rachat en gros et puis possibilité de remplacer le peu rentable Palais des congrès pour un multiplexe.

Moi :

Il marche encore bien ce multiplexe ?

RS :

C'est en train de dégringoler en ce moment (d'ailleurs Pathé Bellecour fait maintenant de bien meilleurs chiffres). Ca a très bien marché, mais la politique V.O. instauré depuis 5 ans ne porte pas ses fruits, alors que la Part-Dieu, qui est plus « populaire » et V.F. marche très bien. Pour en revenir à notre histoire, UGC a donc racheté les salles et les renomme en y ajoutant UGC (UGC Astoria...). Bon. Mais leur programmation était tout de même moins bonne que celle des (LApoul) et donc la fréquentation a nettement baissé. UGC se concentrait principalement sur son multiplexe de la Cité Internationale, qui était plus proche de leur métier.

Et puis, il y a eu le projet Gerland avec le Grand Lyon dont nous parlions tout à l'heure. Le Grand Lyon voulait tout de même qu'il subsiste un cinéma de proximité. UGC voyait dans le Comoedia la seule salle qui pourrait géographiquement concurrencer celle de Gerland ; donc UGC garde cette salle pour gérer la concurrence.

Finalement, le projet Gerland prend du retard, puis se transforme en projet Confluent ; entre temps, UGC se fâche avec la ville au sujet du refus de la possibilité d'agrandir le multiplexe de la Cité Internationale. C'est pourquoi UGC décide de fermer le Comoedia.

Marc Bonny et Marc Guidoni ont négocié avec le racheteur des murs (qui voulait faire une résidence étudiante et une superette) pour avoir le temps de lui présenter un projet de réouverture du cinéma. Le projet est intéressant et le promoteur leur accorde les lieux.

Deux choses ont agacé UGC dans cette histoire. D'abord, simplement que le cinéma rouvre. Ainsi, UGC attaque Marc Bonny sur le nom Comoedia qui cependant existait bien avant UGC et, à ce titre, manifestement Marc Bonny a gagné sur toute la ligne. Mais UGC a aussi attaqué le CNC qui a accordé de fortes subventions Art&Essai pour l'ouverture de la salle (650 000 euros). Pour le moment, le CNC semble sortir gagnant, mais c'est une procédure qui va encore durer. Donc UGC va sans doute perdre sur toute la ligne.

Moi :

Pardonnez ma naïveté, mais je ne comprends pas très bien pourquoi UGC attaque le CNC à ce sujet, puisque cela fait parti de ses missions...

RS :

Bien sûr que cela fait partie de ses missions. UGC n'apprécie en fait pas qu'une salle soit mieux gérée par d'autres et ont estimé que les entrées au Comoedia sont des entrées en moins à l'Astoria et à la Cité Internationale. Pareil contre le développement des salles à Vénissieux : ils estiment qu'il y a là concurrence déloyale. C'est une stratégie d'attaque tous azimuts ; ils font aussi du pénal.

Moi :

Oui, mais je ne comprends toujours pas un point : UGC est en négociation avec le Grand Lyon pour avoir des implantations stratégiques. Négociation où les deux parties seraient gagnantes (Grand Lyon et UGC). Attaquer ces salles, c'est aussi aller à l'encontre des décisions municipales ; UGC ne mord-t-elle pas la main qui la nourrit ?

RS :

Le Grand Lyon est effectivement mécontent du comportement d'UGC vis-à-vis de Vénissieux. Mais bon, UGC a fait la même chose avec le Méliès à Montreuil, à Épinal... Ils sont en train d'essayer de faire table rase sur une concurrence éventuelle.

Moi :

Pensez-vous que MK2 va essayer de venir s'implanter un jour ?

RS :

Thierry Frémont m'a dit que Marin Karmitz et lui ont essayé de développer un projet. Mais il n'a pas pu aboutir, notamment parce qu'il n'y avait pas assez d'espace. Donc, a priori, MK2 reste à Paris. Certes, Comoedia ressemble un peu à MK2, mais autant que l'on garde un indépendant...

On aurait surtout pu avoir Utopia. Mais Utopia reste dans le sud (Toulouse, Aix, Avignon...). Toutes les incursions en Rhône-Alpes, il y a une quinzaine d'années se sont soldées par des échecs.

Moi :

Pour rester sur une logique de patrimoine, est-ce que l'Institut Lumière fonctionne bien ?

RS :

Oui. 80 000 entrées par an avec essentiellement des films de patrimoine et les entrées du musée et les projections hors les murs dont le Festival qui fait environ 40 000 spectateurs, on peut dire que ça marche plutôt bien.

Moi :

Maintenant qu'on a fait le tour sur la situation en Rhône-Alpes, j'aimerais me tourner vers votre fonction à vous. Y a-t'il des actions conjointes entre les différentes DRAC ?

RS :

Les conseillers DRAC se rencontrent régulièrement et s'éclairent mutuellement des situations. Mais il n'y a pas d'action conjointe.

J'aimerais surtout insister sur quelques points qui me semblent importants : il faut bien distinguer indépendants, proximité, Art&Essai.

L'Art&Essai est une décision du CNC ; l'idée d'Art&Essai signifiant principalement celle de diversité.

Le cinéma de proximité est fruit d'une conception d'aménagement du territoire. C'est par exemple le cas des Alizés. On pourrait presque y voir des perspectives écologiques : pas besoin de prendre son véhicule pour aller au cinéma.

Les indépendants se définissent de trois manières :

- un exploitant indépendant est un exploitant qui n'est pas relié à un autre métier du cinéma (par exemple, UGC ne serait pas indépendant car c'est une structure intégrée, au contraire de CGR) ;
- il y a aussi l'indépendance de la programmation : le programmeur décide lui-même de sa programmation ou est-il dans un groupement (grand ou petit) ? ;
- il y a, enfin, l'indépendance par rapport au capital : y-a-t-il ou non un grand groupe dans le capital ?

Bref, il n'y a pas que les petits à être indépendants : CinéAlpes, CGR, etc., sont des indépendants. Le Comoedia, sur le papier, serait indépendant ; cependant, Bonny a également une société de production/distribution, alors...

Moi :

Une logique de réseau s'est apparemment installée et c'est peut-être cela qui complexifie les appellations. Mais, d'ailleurs, avec le recul, le GRAC fonctionne-t-il ? Y a-t-il des conflits internes ?

RS :

Le GRAC a ceci d'intéressant qu'il fait circuler des films Art&Essai sans que ce soit pour autant un groupement de programmation ; par contre, Bron, Saint Priest, Vénissieux, Décines sont un groupement de programmation. Tout ça pour dire que tout le monde dit être indépendant, mais qu'il s'agit d'une notion assez opaque. Tenez, même UGC pourrait se déclarer indépendant, au regard du capital où il n'y pas de part TV.

Moi :

Avec la numérisation des systèmes de projection, est-ce que le rapport de force exploitation-distribution change ?

RS :

Oui dans le sens où ce sont les exploitants qui doivent investir et les distributeurs qui font des économies. C'est pourquoi le CNC lance une proposition qui est que les distributeurs doivent participer financièrement à la modernisation des systèmes de projection. Il faut savoir qu'une copie argentique coûte 1000 euros ; une copie numérique est évaluée, pour l'heure, à 50 euros. Les distributeurs qui orientent leur stratégie sur le numérique devront aider les salles qui diffuse un film, en première semaine, en numérique, à hauteur de 500 euros par copie. Ce qui signifie encore une économie de 450 euros. Mais ce projet est encore en cours de négociation. Le CNC attend juste l'aval de la commission de la concurrence. Alors que Europalace est déjà dans ce principe avec les groupes américains.

Cela peut changer le nombre de copies pour la diffusion de grands tirages. On pourrait bien passer de 1000 à 1300 copies par exemple ; mais, puisque le distributeur doit mettre actuellement la main à la poche, il risque de ne négocier qu'avec les salles qui pourront faire un vrai retour sur investissement.

L'État veut absolument que ce passage au numérique reste neutre, dans le sens où il ne changerait pas les rapports entre exploitant et distributeur, mais ce n'est pas le cas. Prenons *Le ruban blanc* d'Hanecke. Losange le sort en numérique. Prenons la salle de Bourgoin, qui a 400 000 entrées par an. L'exploitant veut avoir le film en sortie nationale dans son multiplexe 9 salles. Losange ne lui a proposé le film qu'en numérique (pour l'argentique, il fallait attendre la fin du cycle d'exploitation dans des grandes villes) et sans le soutien financier. Par chance, l'exploitant avait une salle en numérique pour les projections 3D. Pour Losange, la sortie du film à Bourgoin n'avait pas un réel impact stratégique ; un petit bénéfice tout au plus.

Moi :

Avant de terminer, j'aimerais revenir sur la notion d'Art&Essai. Plus précisément sur la manière dont elle est définie par la réforme du système de soutien par le CNC. Qu'a-t-il changé ?

RS :

Cette réforme essaie de classer les salles de manière la plus juste possible. Notamment en introduisant un système de labels : il y a des films Recherche et découvert, Patrimoine et Jeune Public. Ainsi, une salle qui diffuse des films de ces trois labels reçoit une aide substantifique en plus du soutien.

En fait, on prend plus en compte l'établissement que l'écran. Avant, la subvention était allouée écran par écran et maintenant par établissement. Il s'agit d'éviter que le cinéma Art&Essai soit confiné dans des petites salles.

Maintenant, il s'agit d'évaluer les mérites de l'établissement, de son travail, en prenant aussi en compte son environnement.

Moi :

Vous évoquiez tout à l'heure le rôle de prescription. Aujourd'hui, il ne semble plus opératoire : il y a trop de film – y compris de films français – et plus personne ne prescrit, que ce soit les producteurs, les distributeurs... Qu'est-ce qui fait prescription si prescription il y a prescription encore ?

RS :

Ce n'est pas quelqu'un qui fait prescription. C'est le système en son ensemble qui fait prescription : producteur, exploitant etc. La TV avec ses émissions et ses invités de talk shows fait prescription. L'exploitant aussi. Un mode qu'on pourrait éventuellement qualifier d'alternatif serait la critique : *Télérama*, *Les Inrocks*, *Le Monde*, *Positif*... La rotation rapide de films est, en un sens, un mode de prescription. Simplement la logique est nouvelle.

Il y a encore le bouche-à-oreille. Il y a aussi, maintenant, les dispositifs d'éducation à l'image qui font prescription à leur manière. Le discours universitaire aussi le fait.

Lorsque j'évoquais le rétrécissement de l'espace critique, il suffit d'évoquer la place qu'elle a dans la presse quotidienne par exemple. Place qui diminue au profit du promotionnel, des interviews. Le nombre de revues spécialisées, ainsi que leur volume de diffusion est de plus en plus restreint. Aujourd'hui, il ne reste que *Cahiers du Cinéma* et *Positif*.

Il fût une époque où une couverture de *Télérama* pouvait sauver un film Art&Essai; surtout dans les années 70-80.

Moi :

Cela ne serait-il pas dû aussi à l'évolution des goûts du public : communauté de goût, ultra-spécialisation voire chapelle ?

RS :

Il y a effectivement une perte de sens communautaire, une perte d'échelle de valeur. Ce qui conduit à une sorte de « tout se vaut ». Les deux seules sources de valeur sont effectivement maintenant : le box-office et le goût.

C'est important ce dernier point. L'intérêt du dispositif d'éducation à l'image consiste justement précisément à ne pas tout ramener à une affaire de goût, à éviter le simple « j'aime, j'aime pas », qui est le vrai danger d'aujourd'hui. De fait, tous les goûts sont dans la nature. Cela aussi pour éviter le débat sur les prescripteurs, de savoir qui peut définir ce qui est beau et ce qui ne l'est pas.

Moi :

Certes, mais on pourrait très bien rétorquer qu'il y a plusieurs niveaux de structurations du goût. Disons deux étapes. Certes, le « j'aime, j'aime pas » est inacceptable comme fin ; mais il participe nécessairement d'un processus, qui peut conduire à un rapport analytique aux films. D'ailleurs, cela pose la question du rapport intertextuel que pourrait avoir le jeune public avec les films : est-ce qu'un film n'est qu'un film, ou est-il mis en rapport avec d'autres films ?

RS :

C'est précisément un point que l'on aborde. Notamment à travers l'étude des genres. En ce moment, dans collège et cinéma, on diffuse *Le Bal des vampires* de Polanski. On a affaire à des ados qui voient *Twilight 2 Tentation* ; il y a donc quelque chose à construire : par exemple, l'évolution des représentations du vampire depuis *Nosferatu* de Murnau. On essaie de leur montrer que, dans le cinéma d'aujourd'hui, il y a du passé et que celui de demain ne peut pas se faire sans racines. On essaie dans les dispositifs de pédagogie de l'image de rapprocher avec l'actualité.

Annexe 12 : Entretien avec Catherine Morhange, directrice de l'association CinémaDifférence⁷⁶⁰ (22/01/10)

Moi :

Mon travail interroge la question de la médiation et du public dirons-nous ordinaire du cinéma. Cela implique d'aller aux limites, aux frontières de ces notions. Et c'est pourquoi j'ai approché votre association dont la pratique se positionne précisément là-dessus.

J'ai eu un bref entretien avec vos collègues à Marseille, cependant, je pense que mes questions allaient trop souvent du global au local (et réciproque) ; du coup, ils n'ont pas trop su quoi dire.

CM :

Bon, déjà, à Marseille, ils rencontrent quelques problèmes, notamment dans leurs relations avec les exploitants : ils semblent peiner à s'imposer face au directeur du Prado qui semble avoir un sacré caractère. Il semblait assez vite partant. Cependant, Marseille est une des premières villes à avoir lancé ce type d'action, donc souffrait d'un relatif manque d'expérience. Je suis pas sûre que l'exploitant ait bien compris que notre but était de mélanger les publics et je ne suis pas sûre qu'à Marseille, ils se soient bagarrés pour ça. Donc l'horaire est pas très satisfaisant – dimanche 10h, c'est pas l'idéal. Ceci dit, c'est pareil dans toutes les grandes villes. Mais c'est aussi lié aux contraintes que les distributeurs imposent aux salles des grandes villes. À Poitiers, Forcalquier, etc., c'est beaucoup plus simple. Mais il y a des contre exemples : Nantes est venu nous chercher et on les a mis en relation avec une association locale de parents d'enfants handicapés.

Moi :

Et Lyon et Marseille ?

CM :

C'est un peu différent. À Marseille, la programmation n'est pas simple parce qu'il n'a pas toujours les films qui peuvent correspondre et donc il doit avoir en tête la date de la séance et en tenir compte dans sa programmation. Il y a donc une inférence de notre projet sur son activité en général.

Quant à Lyon, il y avait une salle dépendante d'une association privée, *Le Bellecombe*, avait qui on était lié ; mais il y a eu un changement de direction qui a été fatal à notre projet. Donc, la séance s'est déplacée à *Tassin La Demi-Lune*, où la relation avec le directeur est très bonne. Déjà, il fonctionne avec des bénévoles et ils s'impliquent énormément dans le partenariat avec nos bénévoles. Ca c'est un cas de figure où ça va plus loin que ce qu'on a habituellement : l'équipe sait parfaitement accueillir ce public.

⁷⁶⁰ association organisatrice de projection de films pour un public « différent » (autisme, etc.).

Moi :

Si je comprends bien, la source du problème des diffusions le matin est moins la stigmatisation du public que des problèmes de système.

CM :

Oui. À Marseille, la séance de 10h permet aussi aux salariés de se reposer avant les séances de l'après-midi. Et puis, l'après-midi est bouchée par les films que l'exploitant a dû négocier âprement.

Après, nous, on essaie de prendre un film qui est déjà inclus dans la programmation standard du cinéma. Et donc le programmateur nous aide aussi, avec nos contraintes : pas de V.O. – parce que notre public n'est pas capable de suivre le film et de lire les sous-titres -...

Moi :

... et puis, c'est essentiellement un jeune public...

CM :

... justement, non. Ca c'est le problème de l'association à Marseille qui reste trop ancré dans son domaine. Notre but, c'est d'intervenir pour toutes les personnes qui ont un handicap et qui sont habituellement privées de cinéma. Ca, ça suppose beaucoup de communication, de contacts avec d'autres associations, avec la Ville, le Conseil Général, etc. On ne fait pas une séance que pour son public à soi.

Alors, c'est compliqué au niveau de la programmation. À Marseille, ils centrent plutôt sur le Jeune Public : du coup, les autres viennent moins. On est obligé de panacher. Mais, il y a des cas où on pensait des films plutôt pour les enfants et qui ont énormément plu à des adultes et la réciproque est nettement plus rare.

Là où le partenariat est le plus important, c'est avec le directeur des salles, c'est dans le choix du film, en lien avec les programmeurs de salle. À Lyon, ils en ont profité pour puiser plutôt du côté des films de répertoire. Là aussi il y a un panachage : nouveautés, répertoires... Ce qui marche assez bien. Alors, certes, c'est plus difficile de faire venir le public avec le répertoire, mais, pourtant, on a remarqué que plus un film a de qualités artistiques et plus notre public est content.

Alors, après, il faut avouer qu'on ne sait pas totalement évaluer la manière dont ils ressentent les films ; d'autant moins, que l'on peut difficilement en discuter avec eux (il sont un handicap de communication) et leur perception du monde est très particulière. Cela ne nous empêche cependant pas d'observer. D'ailleurs, c'est étonnant, mais on le ressent presque physiquement pendant les séances. Par exemple, vous prenez un film d'animation américain, très dynamique, avec beaucoup de second degré : les frères et sœurs sont très contents, mais notre public...bon ils aimeront parce qu'ils sont toujours bon public, mais on ne sent pas la même chose que d'autres choses que l'on propose...

Qu'est-ce qui marche bien aussi ? Les grands documentaires sur les animaux : *la Marche de l'empereur*, etc. La lenteur du film, la splendeur des images, la beauté de la bande son, a un très fort effet sur eux. Ils ne sont pas formatés, donc il n'y a pas d'a priori sur ce qu'ils vont voir : ça peut très bien être un film en noir et blanc, ça ne les gênera pas. D'ailleurs, même, pour certains, un film en noir et blanc apparaît comme plus accessible.

Bref, il faut être capable de discuter de tout cela avec les salles. Pour Tassin, c'est parfait parce que cela correspond à leur programmation : répertoire, programmation scolaire... Pour le *Prado*, c'est hors de question puisque cela ne correspond pas du tout à leur programmation. Il leur est arrivé à Marseille, à cause de cela – mais ce ne sont pas les seuls – à être un peu coincés, à ne pas avoir de film programmable. Dans ce cas de figure, nous intervenons, parce que nous avons un partenariat avec *Paramount* et *Disney* : on peut projeter un film de leur catalogue, dont ils prêtent une copie gratuitement si l'exploitant ne la diffuse que dans le cadre de nos activités. C'est un super joker pour les périodes où il ne sort pas spécialement de films qui correspondent à ce que l'on cherche.

Moi :

Mais comment se présentent ces catalogues ?

CM :

En fait, il n'y a pas vraiment de catalogue. Notre interlocuteur à Disney nous a envoyé un CD que l'on n'a pas réussi à lire. Donc, formellement, je ne sais pas comment se présente un catalogue. Sinon, d'habitude, lorsque l'on cherche un film, on regarde par distributeur.

C'est d'ailleurs beaucoup plus facile avec la *Paramount* : le catalogue est beaucoup plus large et, contrairement à *Disney*, ils font rarement un embargo sur un film.

Moi :

C'est-à-dire ?

CM :

Et bien, lorsqu'ils pensent ressortir un film en copie numérique ou sur un support DVD, il est impossible d'en avoir une copie. Par exemple, impossible en ce moment d'avoir *Blanche-Neige*, ou *Cendrillon*, tous les grands vieux classiques quoi. Bon, si, on a pu passer *Fantasia* et les *101 Dalmatiens*, mais bon...

Moi :

Ce sont un peu des fonds mouvants quoi...

CM :

Chez *Disney* oui, mais d'ailleurs aucune salle de cinéma ne peut avoir ces copies ; nous ne sommes pas des victimes ! C'est vraiment dans la politique de la maison *Disney*. Ils sont connus pour une politique de rétention des copies. C'est peut-être pour travailler sur la frustration des publics.

Moi :

En parlant de public, est-ce que selon les publics, vous avez du changer de manière différentes à chaque fois les dispositifs de projection, l'organisation dans la salle, etc. ? Je demande cela parce que j'ai vu que la stratégie à Marseille était de garder une lumière tamisée, de baisser le volume sonore...

CM :

Oui, mais ça c'est ce qu'on leur demande de faire ; il y a une sorte de cahier des charges, des règles qui sont fixées. Par exemple, au niveau de la lumière, de ne pas passer de la lumière à l'obscurité de manière trop violente : soit en tamisant progressivement si le dispositif électrique de la salle le permet, soit en gardant les portes d'entrée ouvertes, ou en utilisant des lampes de poches...

En gros, le maître-mot de ce cahier des charges, c'est la continuité :

- continuité entre l'accueil de l'entrée du cinéma jusqu'à la sortie du cinéma, avec un accompagnement pour ceux qui en ont besoin, à la caisse et dans la salle ; il y a toujours des bénévoles présents tout au long de la séance ;
- continuité visuelle : pas rupture brutale (par exemple salle obscurcie) ; pour ce qui est du son, nous savons qu'une bonne partie de notre public a des oreilles hyper sensibles... c'est d'ailleurs là-dessus qu'on compte énormément sur l'expérience des salles, pour évaluer les risques. Bon, mais ça dépend aussi de l'ambiance dans la salle : si elle est calme, le volume peut rester bas ; si elle est un peu agitée, avec des rires forts, et bien, on peut monter un petit peu le volume, afin qu'il soit un minimum audible. Il faut que le son les baigne, participe de l'entourage ; continuité et entourés.

Il ne faut pas oublier qu'on a un public qui a l'habitude d'être rejeté ; on lui signifie usuellement qu'il gêne ; il est alors exclus et il a tendance à s'exclure lui-même. Pour le faire revenir, on doit lui signifier qu'il est particulièrement bienvenu. Ils ont le droit d'exprimer leurs émotions, leurs peurs, avec les moyens de communication qui sont les leurs. Ils ne doivent surtout pas se sentir jugés. Tout cela se manifeste à travers l'accueil des bénévoles et ça suffit déjà à apaiser l'angoisse et le stress des personnes qui accompagnent notre public et dont les personnes handicapées sont sensibles. La bonne prévention de ce stress fait que dans l'ensemble nous avons des séances calmes. Et d'ailleurs, les spectateurs, lorsqu'ils deviennent réguliers, tendent à s'indistiguer des vrais spectateurs de cinéma. Notre objectif étant bien qu'il y ait de moins en moins de différence entre nos séances et les séances classiques.

D'ailleurs c'est pour cela que l'on communique avec tout le public avant le film – d'ailleurs on a enregistré un discours-type auquel les diverses associations puissent s'y référer - , mais aussi à l'entrée de la salle avec des plaquettes.

Moi :

Comment communiquez vous vos activités?

CM :

On a un certain nombre d'affiches qui permettent d'indiquer les prochaines séances...

Moi :

Je ne l'avais pas vu au Prado cette affiche

CM :

Oui, mais le cinéma ne le met pas nécessairement ; on le met surtout dans les lieux qui concernent directement nos publics.

Il y a aussi des plaquettes visant les parents, pour les rassurer sachant qu'ils ont auparavant souffert des diverses exclusions dues au comportement de leur enfant, la souffrance liée au regard des autres ; dans cette plaquette, on a travaillé à répondre aux principales questions que l'on a rencontré, et l'on a mis un certain nombre de témoignages...

On a également ce que l'on appelle le « pictogramme ». ce n'est pas vraiment un pictogramme mais ça en tient lieu : il s'agit d'un support visuel de communication pour les parents, afin qu'ils puissent prévenir leur enfant qu'ils vont au cinéma, pour l'intégrer dans l'envie d'aller au cinéma...

L'objectif est de mettre un tout petit peu d'autonomie dans notre public. D'ailleurs nous travaillons actuellement sur un document qui leur est précisément destiné. On s'est aperçu que l'on avait aucun document papier pour eux (les documents sont généralement destinés aux familles, aux professionnels...). Bon, certains de nos publics sont lecteurs. Tout le problème

est qu'ils ne sont pas suffisamment bon lecteurs pour comprendre nos plaquettes classiques. On est en train d'essayer de suivre les recommandations européennes sur l'écriture du français facile à lire. Ces normes sont très difficiles à respecter : pas évident de faire simple sans sombrer dans le simplisme ! Mais c'est vrai que c'est important : cela permet à notre public d'avoir un tout petit peu de prise sur sa vie et sur ses loisirs.

Moi :

Mais justement, je me demandais, comment assurez-vous une unité (et d'ailleurs quelle est-elle) avec un public aussi hétérogène ? Plus précisément, envisagez-vous le cinéma comme un moyen pour autre chose ou dans votre manière de procéder le cinéma est-il déjà une fin en soi ? La réception du film est-elle une fin ou participe-t-elle d'une forme d'art-thérapie ?

CM :

Ce n'est définitivement pas de l'art-thérapie. Pour nous, il est extrêmement clair qu'on ne participe ni de l'éducatif ni du thérapeutique. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a aucun effet thérapeutique... Nous visons très précisément l'exercice du droit au loisir et à la culture ; on fait de la compensation, on permet l'accès au cinéma.

Alors, effectivement, dans un deuxième temps, il peut y avoir un effet éducatif : le public s'accoutume au cinéma, puisqu'il a enfin le temps de s'y adapter et la possibilité d'y aller. Ils ont d'autant plus la possibilité d'avoir le temps d'apprendre que nous essayons de ne pas oublier à quel point rien de ce qui se fait au cinéma n'est évident et que tout est à comprendre. Du coup, on a une partie de notre public qui a acquis tout cela.

Moi :

Alors justement sur quels éléments du cinéma, des rituels cinématographiques, l'on retrouve le plus régulièrement un « travail à faire » pour votre public ? Quels sont les éléments qui leur sont généralement les plus problématiques ?

CM :

Sincèrement, il n'y en a pas parce que le public est à ce point différent que c'est très très variable. Cela dépend des handicaps. Rien qu'entre les différentes formes d'autisme...

À Paris, on a notamment un spectateur dont je ne connais pas l'âge, disons entre 30 et 40 ans, qui vient aux séances que l'on propose. Il a peut d'aller au cinéma seul ; il a toujours l'impression qu'on le regarde, ce qui n'est pas nécessairement le cas mais c'est ainsi qu'il le ressent. Au moins, dans nos séances, il ne se sent ni seul, ni surveillé. J'ai eu l'occasion de parler avec lui à la fin d'une séance et il m'a fait part de certains détails – que je commençais à remarquer – qui sont apparus suite à son expérience traumatisante lors de la guerre d'Algérie.

Vous voyez ici un exemple d'un spectateur tout à fait fin, mais qui ne va pas au cinéma habituellement. Bon, sinon, généralement, pour répondre à votre question, ce sont surtout des spectateurs qui bougent très souvent et beaucoup dans la salle (c'est pourquoi l'on a des bénévoles qui nous aident). Il s'agit de faire en sorte que cela se passe bien ; c'est-à-dire qu'on ne doit pas le contraindre à respecter le fait de devoir rester assis. S'il se lève parce qu'il n'en peut plus, le maintenir assis peut-être une expérience suffisamment traumatisante pour cela soit foutu ; inversement, si on le laisse se déplacer, on remarque qu'il revient vite s'asseoir. Au bout d'un certain nombre de séances, le besoin de bouger diminue en fonction du peu de stress quant à leur liberté de mouvement.

Il n'y a que pour l'écran que l'on doit intervenir physiquement et immédiatement. On a deux bénévoles qui doivent s'en charger à chaque séance. Ce sont surtout les très jeunes enfants qui ont une certaine fascination pour l'écran et qui veulent aller voir ce qu'est cette étrange chose.

Moi :

Mais d'ailleurs, est-ce qu'il y a une différence de comportement chez votre public face à la TV et face au cinéma ?

CM :

Oui, absolument ! Beaucoup peinent à se concentrer à la maison devant la TV, mais avec le dispositif du cinéma, c'est complètement différent. Il y a des jeunes qui ne peuvent pas rester 5 minutes devant la TV et qui peuvent suivre 1h30 de film au cinéma.

Il n'empêche qu'on ne cesse de se demander comment nos spectateurs perçoivent et entendent les films. Même si il arrive qu'il y ait une impression très forte pendant certaines séances. Le public est très concentré, on voit les regards...

Lorsqu'il y a des animaux ou des enfants à l'écran, on sent une projection toute particulière du public, qui « répond » au film par des bruits assez distincts. Ce qui contredit les préjugés au sujet des autistes !

On a remarqué une autre chose qui contrecarre des idées reçues. D'ordinaire, on va penser qu'un dessin-animé est plus accessible pour ce public qu'un film avec acteurs ; c'est le contraire en fait, parce que le dessin animé suppose un niveau d'abstraction important.

Moi :

Alors un film d'animation comme *Alvin et les Chipmunks* est terrible pour ce public : puisqu'il mélange personnages animés et humains, non ?

CM :

Peut-être ; je ne l'ai pas vu. Mais dites vous bien que ce qui peut nous paraître bizarre, incongru, etc., ne pose absolument aucun problème à notre public. Ca nous est apparu (et nous a incité à beaucoup réfléchir) lorsque l'on a projeté *Les contrebandiers de Moonfleet*, de Fritz Lang. C'est bête, mais lors du début de la projection, on s'est aperçu que la copie était en V.O. ; il n'existe plus de V.F. puisque ce film ne circule que dans les réseaux « cinéphiles ». Alors on a coupé la projection et on a proposé au public une alternative : soit poursuivre la projection de ce film en V.O., soit projeter *La planète Sauvage* de René Laloux. La salle vote pour le deuxième. Je craignais des effets que ce film inquiétant pouvait avoir ; et bien, au contraire, le public a vraiment apprécié le film, et était très concentré. Au fond, c'était le public lambda qui n'aimait pas : les frères et sœurs les plus jeunes avaient détesté, les parents étaient en moyenne mitigés, et notre public avait adoré ! Le côté cérébral et bizarre ne les avaient absolument pas perturbé. Du coup, on s'est posé beaucoup de question sur la manière dont ils reçoivent les films ; afin d'éviter de les sous-estimer. À la limite, vaut mieux passer des films de niveau trop haut que trop bas.

Au fond, ils peuvent voir un peu de tout ; on doit leur montrer un peu de tout, parcequ'ils ont aussi des goûts très personnels. C'est bien parce qu'il y a dans ce public une absence de préjugé.

Moi :

Est-ce qu'il y a tout de même quelques critères dans leurs goûts ? des caractéristiques qui sont plus pertinentes ?

CM :

Peu... Disons la lenteur, oui, est un plus, un atout considérable du film pour ce public. Ils aiment les films contemplatifs et c'est en cela qu'il s'agit d'un public atypique. Mais, au fond, c'est très divers. On va repasser *Peau D'âne* dans le cadre du festival de la rencontre

internationale du cinéma à Vincennes, qui nous avait déjà contacté l'année dernière pour organiser une séance. Étant donné que ça ne peut pas s'improviser, nous ne l'avions pas fait, mais nous nous étions bien entendus et nous y voilà cette année. On avait déjà passé ce film tout au début de l'association et ça avait marché... formidable. Parce que là, les musiques, les chansons, les couleurs, tout fonctionnait à merveille.

Moi :

Donc ils comprennent un peu toute la rhétorique du cinéma, les cuts, les fondus, etc. ?

CM :

Et bien, sincèrement, je ne sais pas.

Moi :

Je vous demandais ça, parce que le cinéma fait un nombre d'économie d'explications qui est parfois difficile à suivre si l'on ne maîtrise pas le langage cinématographique. Prenons un film jeune public par exemple *Pirate des Caraïbes* où l'on voit le héros prisonnier, et libre l'image d'après. Alors, on comprend que c'est pour marquer la scène de manière humoristique et passer tout de suite à ce qui apparaît essentiel au film, c'est-à-dire l'action. Mais on ne montre jamais comment le héros s'en sort, ce qui est, pourtant, une vraie question.

CM :

Oui, et bien, ça c'est très difficile pour ce public. Je pense que là il subit plus. Il regarde, mais, physiquement, il ne s'investit pas de la même manière que dans un film qui se déroule en présentant aux spectateurs les éléments. Mais c'est très compliqué comme question. Parce que, par exemple, je repense à *Zazie dans le métro* : c'est un film loufoque, on est dans une espèce de cauchemar qui va dans tous les sens et, pourtant, je n'ai pas eu l'impression que ça les dérangeait. C'est comme si ça passait dès lors qu'il y avait une qualité, une sorte de projet intérieur du cinéaste. Mais, comment ça passe, sincèrement, je ne sais pas et c'est précisément la question que l'on se pose le plus.

Moi :

Comment faites-vous pour coordonner toutes les séances ? Vous déléguez l'organisation aux associations, mais y a-t-il des retours sur les séances ? Visez-vous une sorte de normalisation, de repère dirons-nous ?

CM :

Déjà, avant de monter une séance, il y a tout un protocole à respecter. Alors, ce n'était le cas ni à Marseille, ni à Lyon, parce que c'était encore, à leur époque, relativement expérimental, intuitif. C'était en 2007, c'est-à-dire à peine plus d'un an après nos débuts. Et, quand nous avons démarré, nous n'imaginions pas couvrir un ensemble de séances : ce n'était qu'une initiative locale. En fait, on s'est vite rendu compte que ça répondait à un réel besoin et que personne d'autre n'avait eu cette initiative ; du coup, des parents et des associations nous ont contacté afin de créer des partenariats.

En soi, ce n'est pas très lourd comme organisation, que ce soit en termes de temps ou d'argent ; mais tout le problème est que la procédure est assez spécifique. Et nous avons eu du mal à faire entendre que les propositions de beaucoup de cinémas ne correspondaient pas à nos attentes en termes de qualité et d'accueil. Nous avons tout de même un public extrêmement fragilisé par les expériences qu'il a dans la vie et nous ne pouvons pas accepter une logique d'essai, où l'on abandonnerait la poursuite des séances au bout de trois mois

parce que cela ferait beaucoup de travail... L'important est de construire des choses dans la durée.

On a eu une aide de la fondation de France afin d'avoir les moyens de réfléchir sur la manière dont on peut organiser les choses sachant qu'on conserve deux priorités en tête : d'une part, couvrir un réseau de bonne envergure et durable, sans pour autant devenir une grosse association (ce qui risque de créer des problèmes internes et donc nous conduire à perdre de tête nos principaux objectifs). Donc, nous sommes resté une petite association, qui, finalement aide les autres associations à organiser les séances, notamment sur la question des droits et des locations des copies, mais aussi, plus globalement, pour des commodités d'accès à la culture, l'accès aux livres, etc. C'est encore en développement cette partie. De même, on vise à faire la même chose pour le spectacle vivant. Mais, l'avantage ici, c'est qu'on s'appuie sur les résultats et les pistes qu'une association nous préexistant avait déjà entamé sur la question du droit au loisir. Il faut comprendre que les polyhandicaps et les troubles du comportement impliquent une approche auxquelles les salles classiques, les lieux classiques et standards de loisir ne sont pas formés. Alors les associations sont là pour aider les parents qui doivent déjà s'occuper des problématiques liées à l'école, au travail, etc. La première des priorités était de redonner la possibilité à des pratiques de loisir en famille. De plus, ce qui intéressant, c'est de permettre une rencontre entre les handicapés et les non handicapés dans un endroit qui n'a pas trop d'enjeu (contrairement aux enjeux qu'il y a à l'école). L'on est alors moins gêné par la présence du handicapé et d'avoir l'occasion de se familiariser. Car c'est un fait : on les voit peu dans la vie, et lorsqu'on les voit, ils font peur. C'est tout le rôle du dispositif d'accueil, de notre de médiation, du discours avant séance, que de recréer ce lien, permettre aux autres de comprendre la situation de handicap.

Moi :

Tout cela, au final, pour viser la sociabilité ?

CM :

Exactement. Mais il faut comprendre cela d'une manière particulière. Une des pénalités du handicap, c'est la solitude. Les relations familiales elles-mêmes sont souvent distendues, ainsi que les relations amicales : les familles sont souvent très isolées. C'est important qu'on leur rappelle qu'elles ont le droit d'aller au cinéma comme tout le monde. De plus, c'est important qu'elles ne sont pas toute seule ; c'est d'autant plus important pour les frères et sœurs, qui subissent très lourdement l'impossibilité de pouvoir aller au cinéma en famille, de pouvoir enfin ne pas avoir peur du regard des autres spectateurs, de ne pas avoir honte du handicapé (et d'avoir honte d'avoir eu honte). Bon, et ça permet des rencontres : il y a des gens qui sont devenus amis comme ça ; surtout les mères célibataires d'ailleurs. Bon, ça on y avait vraiment pensé aux manières de créer des liens.

Ce qu'on avait moins pensé, c'est le côté spectateur. On n'imaginait pas que ça allait marcher aussi bien. Et l'on ne sait toujours pas comment le public comprend réellement les films. Pour le reste, on a créé une convention, des stratégies et procédures pour offrir ce qui nous semble, avec le recul, être les meilleures conditions d'accès aux films. Et cela comprend aussi des problématiques matérielles et pratiques que l'esprit dans lequel nous procédons. Pour cela, nous demandons aux nouveaux entrants de l'association de venir assister à une séance organisée par une des associations intégrées, afin qu'ils puissent voir comment cela marche. Au début, c'était compliqué et long, cela impliquait de longues conversations téléphoniques et de nombreux échanges de mail. Maintenant, c'est plus simple parce que l'on est un peu plus connus.

Dans l'idéal, ce que nous souhaiterions faire, c'est des échanges. Par exemple, que l'équipe de Forcalquier vienne voir l'équipe à Fontenay, pour voir comment ils font... Que les équipes ne

soit pas enferrées dans leurs habitudes, mais de s'inspirer, ne serait-ce que localement, les unes les autres. C'est très compliqué à organiser, alors, en attendant, on est en train de mettre en place, sur le site internet, des pages spécifiques à chaque lieu, où l'on fait part de ses expériences et de la spécificité de son public... Mais c'est très long à faire ! on y a aussi mis des boîtes à outils (ce qu'il faut faire dans une séance, comment s'organiser avec les bénévoles, un texte spécifique aux bénévoles pour qu'ils comprennent leur rôle...), on essaie d'y écrire des synthèses d'action... Tout cela ne sert que de repère, parce que chaque action est très singulière : il y a des associations de parents, mais aussi des associations professionnelles, des associations mixtes ; on a même une association qui est gestionnaire de l'établissement de diffusion... Bon, voilà, je crois que c'est un bon panorama de nos activités et problématiques. Pour conclure, je voulais juste dire que si ça a marché, c'est parce qu'il y a une petite familiarisation avec le handicap, mais, surtout, que le cinéma exprime quelque chose de très important. Ça parle tout de suite à des gens lorsque l'on dit qu'il y a des handicapés qui, à cause de leur handicap, sont privés de cinéma. Tout de suite, on se dit « c'est pas juste », alors que nous avons remarqué qu'avec l'opéra, le théâtre, ce réflexe est moins évident. Le cinéma apparaît très clairement comme le principal loisir familial banal. Du coup, les gens comprennent et ça sert de point d'appui pour faire comprendre les mécaniques de l'exclusion. Là, les familles comprennent, les salles comprennent pas mal, les politiques comprennent et se projettent vraiment dans ce problème.

Annexe 13 : Entretien avec Nathalie Guimard, coprésidente de l'association FOTOKINO, Marseille (22/06/10)

Moi :

Ce qui m'intéresse dans le travail de votre association, c'est sa manière de donner une place à l'art et essai à Marseille, où c'est un cinéma finalement peu visible, il y a peu de salles. Mais comment fait-on pour diffuser ainsi du cinéma art et essai, pour le diffuser par des chemins vicinaux ? Il serait d'ailleurs intéressant que vous m'expliquiez un peu ce qu'est *Fotokino*, parce que c'est un concept un peu particulier, d'autant plus que vous faites un travail transmédiatique, sur plusieurs médias. Comment on place le cinéma là-dedans ? Qu'est-ce qui fait l'intérêt du cinéma là-dedans ?

Mais, pour commencer, il est peut-être également important que vous me parliez aussi de votre parcours personnel, de me dire ce qui vous a amené ici...

NG :

Bon, l'association date de 2000. Moi, je suis à Marseille depuis à peu près 11 ans. Avant j'étais à Paris, où j'ai fait des études de communication, publicité, techniques et langages des médias à la Sorbonne. C'était plutôt des études théoriques, où il y avait très peu de pratique. Ma première expérience de travail a été une maison de production à Paris, où j'ai travaillé avec des photographes, de jeunes réalisateurs. J'étais alors attachée de production, mais je travaillais aussi à la création d'affiches. Ça m'a d'ailleurs permis d'accompagner certains artistes sur des projets un petit peu plus personnels, comme des films d'animation qui n'étaient pas produits par la maison mais que j'ai tout de même accompagné dans des festivals. Cette expérience m'a aussi permis de rencontrer des illustrateurs. Parallèlement, j'ai continué à aller au cinéma ; j'avais la chance d'être à Paris, donc je suis allée voir plein de films art et essai, de films de répertoire, de rétrospectives de grands réalisateurs... ça m'a nourri, surtout à la Sorbonne, c'est le quartier.

Moi :

Vous étiez à Paris 3 ou à Paris 1 ?

NG :

Paris 3

Moi :

Censier donc...

NG :

Oui. Et donc, pendant mes études, j'ai pas mal boulingué, j'avais des petits boulots et il y en a qui m'a particulièrement plu : c'était une boutique de jouets qui faisait aussi librairie jeunesse. C'est là que je me suis intéressée aux livres jeunesse.

Bon, et puis j'ai quitté Paris, parce que je m'y sentais toute petite. J'ai découvert Marseille par une amie, lors d'un week-end, et cette ville m'a apparu comme pleine de possibles et ça m'enthousiasmait. Je m'y suis donc vite installé. Et, tout de suite, mon objectif a été de

travailler dans de l'associatif, dans la diffusion de cinéma. Donc j'ai rencontré des cinémas, des organisateurs de festival. J'ai d'abord travaillé à *L'Alhambra*, le cinéma du côté de l'Estaque. C'était chouette parce que le directeur du cinéma, qu'un ami de Paris m'avait recommandé de rencontrer, alors que je ne venais que pour faire connaissance, m'a proposé de remplacer temporairement la programmatrice, parce qu'elle partait en congé maternité. Ça m'a tout de suite enthousiasmé parce que je ne pensais pas que je pourrais faire ça un jour dans ma vie. C'était pas facile, mais c'était très chouette. C'est plutôt une belle entrée en matière à Marseille.

Après, j'ai travaillé pour d'autres structures comme *La rencontre de la photo* à Arles ou Le festival documentaire à Marseille. Mais je désirais quand un même un projet plus personnel, qui me ressemble plus et je changeais donc de structures pour essayer quelque chose de plus créatif, de plus personnel. De là, j'ai fait pas mal de bénévolats pour chercher ma voie, notamment au cinéma *Le miroir* à Marseille, qui n'existe plus, mais qui était une salle art et essai de la ville de Marseille et qui n'était pas du tout soutenu par la ville.

Moi :

C'est la salle qui se trouvait à la Vieille Charité, c'est cela ?

NG :

Oui. Mais les bureaux de direction étaient au MAC. J'étais bénévole là-bas pendant un an pour essayer d'aider ce cinéma à programmer et j'y ai appris encore pas mal de choses.

Moi :

D'ailleurs, vous savez pourquoi ça a fermé ?

NG :

Oui, bah, c'est parce que ça coûtait trop cher et la mairie n'y voyait pas d'intérêt. Bon, et puis, ils n'étaient pas très bons gestionnaires... C'était pourtant une très belle programmation, où l'on a pu, pendant un temps, se nourrir de films excellents. Et puis, c'était un lieu très agréable. On essaie encore d'y faire quelques programmations quand on peut.

Bon, et avec Vincent Tuset-Anrès, on a eu envie de créer *Fotokino*, une association pour faire des choses nous-mêmes. Peut-être pas du cinéma, mais plutôt de la photo, des revues photo. Et puis, en 2004, on a senti la nécessité de faire quelque chose, une sorte d'événement qui manquait : c'est *Lanterna Magika* qu'on a mis en place en décembre 2004. C'est vrai qu'au tout début, ce qui m'a animé était plutôt un festival de cinéma axé sur les enfants et puis, e allant voir les partenaires potentiels (parce qu'il paraissait évident que c'est un truc qui devait être fait à plusieurs) – *L'Alhambra*, l'association *TILT*...-, j'ai rapidement senti une réserve de leur part, parce que je semblais me positionner en concurrente, alors que je proposais de faire des choses ensemble. Ils attendaient de me voir venir ; ils me disaient en gros « fais tes preuves et puis après on verra », quoi. C'était pas très très sympathique et, du coup, ça m'a un peu remué. Je me suis dit « c'est peut-être pas qu'il faut faire » et du coup, c'est comme ça qu'est né notre projet. Je me suis dit après-coup que la programmation de cinéma, ils le font eux aussi et qu'ils ont pas forcément envie qu'on fasse pareil qu'eux. Et puis, moi, je n'ai peut-être pas envie que de ça. J'ai envie aussi de partager le plaisir des livres dits « de jeunesse » ; on aime aussi beaucoup la photographie et l'art contemporain. Alors pourquoi pas faire un lien avec tout ça, plutôt que de se limiter à une discipline ?

Donc *Lanterna Magika* est né de ça. Et *Lanterna Magika* est aussi un hommage à Bergman, à sa biographie éponyme où il raconte sa découverte, à l'âge de six ans, de la lanterne magique qui a été son cadeau de Noël et la source de sa passion pour l'image. Depuis le début, on voulait transmettre à des enfants, et peut-être plus encore à des adultes, une certaine part

d'imaginaire (qu'on oublie un peu avec les années). Le projet est née donc avec peu de moyens en 2004, plutôt bénévole, mais avec une grosse gourmandise, l'envie de présenter plein de belles choses avec quelques partenaires, dont *Le miroir* qui nous renvoyait la balle en nous permettant de programmer dans cette salle à peu de frais, puisqu'elle prenait en charge les films. Avec *Les Variétés* aussi déjà un tout petit peu... Parce que nous n'avons pas de lieu à nous. Et ces partenaires pouvaient alors apporter leurs compétences, leurs publics. Les bibliothèques bien sûr nous ont suivi, des libraires. Ils ont participé à cette aventure et ont contribué à cette médiation.

Doucement, mais sûrement, on s'est ouvert sur les publics : tout public, mais aussi les écoles, les associations, les centres sociaux... Parce que c'est pas évident d'installer ce type de programme : il y a ceux qui sont curieux et qui viennent tout de suite voir ce que c'est, et puis, il y en a qui peuvent passer à côté de ça toute leur vie.

On n'est pas rentré dans les dispositifs « école et cinéma » parce qu'il nous semblait que c'était déjà très bien relayé par *TILT* et *L'Alhambra*. Par contre, il nous semblait manquer à Marseille une programmation régulière à l'attention du jeune public. On ne se limite pas qu'au cinéma ; mais il est évident qu'il y a un manque de proposition, d'offre en cinéma art et essai jeunesse en centre ville.

Bref, depuis le début, on travaille avec plusieurs partenaires, dans plusieurs lieux, sur plusieurs disciplines. Au début, avec ces disciplines, il était difficile de nous définir ; maintenant, c'est un peu plus facile, parce que les disciplines se confondent, il y a moins de frontière. Maintenant, ce qui est difficile tout de même pour nous, c'est que, vu qu'on programme beaucoup pour les enfants, on est vite catalogués comme centrés sur la jeunesse.

On en est là, à l'aune de la 7ème édition de *Lanterna Magika*. On a créé, en 2005, le *Petit cinéma* avec ses séances mensuelles au cinéma *Les Variétés*, parce qu'il est partenaire et, surtout, parce qu'il est central. Alors, ça a pas tout de suite été suivi de manière évidente, mais, maintenant, ça marche très bien. Enfin, ça marche surtout quand on programme pour les tout petits.

Moi :

Mais qu'est-ce qui n'a pas marché par exemple ?

NG :

Et bien, c'est très simple, et ça m'agace un peu, c'est dès qu'on prend un peu de risque, le public ne suit pas. Si on passe des films du monde, du cinéma africain, en VOST, qu'on propose à partir de 7 ans, parce qu'il faut déjà savoir un peu lire, ça ne marche pas, il y a beaucoup moins de monde, c'est évident. Inversement, les films pour les 2-3 ans, la salle est pleine ; ça nous arrive de refuser du monde dans notre salle à 250 places. Alors que, pour les films à partir de 7 ans, on n'a que 20 personnes dans la salle. Mais c'est aussi à ça que servent les dispositifs scolaires du cinéma : pour que les jeunes aillent voir des films qu'ils n'iraient pas voir d'eux-mêmes. Alors que nous sommes hors temps scolaire, et peut-être en concurrence avec les activités parascolaires et sportives. Mais c'est pas grave. C'était une petite déception au début et puis, on s'y est fait. C'est dans l'air du temps quoi... Et puis, on a quand même une fidélité croissante du public, une sorte de confiance : ils viennent sans savoir ce qu'ils vont voir et puis nous on prend un peu moins de risque aussi, histoire de pas être déçus. On montre des films étrangers, mais plus pour des petits, comme ça on peut montrer des choses singulières un peu plus en douceur. Les films chinois, les films iraniens par exemple. Et puis, on ne passe plus de film en VO, parce que ce n'est peut-être pas le principe de programmation en centre ville de Marseille. C'est un fait : il y a peu de public pour la VO, surtout chez les enfants quoi. Je me souviens, quand, au début, on avait programmé *Le voleur de Bagdad*, ça me paraissait évident de le passer en VO, mais bon c'est un film de deux

heures : il y avait déjà pas grand monde, mais, surtout, il y en avait qui sortaient en pleurant, des enfants quoi, avec des parents qui nous engueulaient pas mais presque, en nous disant « vous vous rendez compte ? c'est traumatisant pour un enfant ». C'est pas évident, ça demande un accompagnement, une habitude. On y va plus doucement.

Bon. Maintenant, on se développe, on a de plus en plus de propositions, on est de plus en plus sollicités. Depuis 2006, on programme aussi sur le festival documentaire, également au théâtre du Merlan. Au-delà du cinéma, on est amenés à faire beaucoup d'ateliers, faire des croisements du cinéma et de la littérature jeunesse, mais aussi des ateliers portant sur les images animées, au retour aux sources du cinéma, la magie du cinéma d'animation. C'est important de partager avec les enfants, mais aussi avec les adultes, cette magie de l'image animée, quoi. C'est à la portée de tous et ça permet de comprendre un peu mieux cette poésie de l'image.

Moi :

C'est à partir d'un travail sur l'animation que vous faites découvrir ce que vous appelez l'imaginaire ?

NG :

Bon, l'animation, je n'aime pas trop ce terme, je trouve que ça fait un peu péjoratif, je préfère le mot « intervention », « accompagnement »...

Moi :

Lorsque je parlais d'animation, je parlais plutôt des types de film...

NG :

Oui non, je comprends.

Moi :

Mais restons si vous le voulez sur la médiation

NG :

Tout ce que nous faisons, les projets, les expositions, les ateliers sont pour nous de l'imaginaire, en fait. Si nous choisissons tel ou tel film, c'est parce qu'il montre des ouvertures vers d'autres mondes. Qui rendent les spectateurs un tout petit peu acteurs ; qui les stimulent. Et pas que les enfants, les adultes aussi sont parfois bouleversés parce qu'on leur donne pas des trucs prémachés. C'est souvent des univers plus poétique, pour résumer, et qui laissent plus de place au spectateur pour qu'il puisse interpréter lui-même.

Moi :

Mais par rapport à quel film par exemple ?

NG :

Bah, je n'ai rien contre Walt Disney, mais on n'a aucune raison de les présenter parce qu'ils sont bien diffusés par ailleurs. Ce n'est pas notre rôle et, de toute façon, on n'a pas les moyens non plus de faire ça, alors... Disney, et d'autres productions du même genre, c'est des histoires bien ficelées, avec des choses évidentes et qui marchent un peu auprès de tout le monde, avec des espèces de normes dans les narrations. Avec le Bien et le Mal bien défini, sans pour autant que cela soit équilibré. Nous, on préfère présenter des films qui changent un peu le regard qu'on peut porter sur le monde. Ils peuvent parfois déranger parce qu'on est dans des mondes inconnus, quelque peu effrayants. Parce qu'on ne montre pas que des choses

douces et polies ; ça nous semble naturel, surtout pour un enfant, de présenter des univers qui peuvent perturber, parce que c'est comme ça qu'il grandit, quoi. Des films qui posent des questions, qui laissent des portes ouvertes. Des films qui nous embarquent dans d'autres rythmes, qui ont une autre philosophie du temps. Comme les films chinois qui n'ont rien à voir avec nos films effrénés ; je n'ai rien contre les films speed, mais... Ne serait-ce que les films de Miyazaki : on se rend compte, avec étonnement, qu'il n'est pas si connu que ça.

Moi :

Oui ? Il faut encore aujourd'hui faire un travail sur Miyazaki ?

NG :

Bah je trouve. On fait des actions éducatives, dans les collèges, depuis trois quatre ans, des actions éducatives pédagogiques dans les collèges avec le Conseil Général et moi ça me semblait évident que c'était le type d'auteur qui pouvait les intéresser donc je leur en parlait volontiers, mais je me suis rendue compte que personne ne connaissait. C'est quand même étonnant. Alors, ça a peut-être changé depuis que *Ponyo* est sorti, parce qu'il est un petit peu plus connu. Alors qu'il me semblait que c'était le type même de film qui pouvait embarquer les enfants et les adultes dans un imaginaire, avec des valeurs particulières, notamment l'écologie. Mais c'est des films moins polis.

Moi :

Mais alors, justement, comment vous arrivez à faire passer ça au public ? Comment vous arrivez à faire comprendre une temporalité différente, une accentuation portée sur le hors champ... ? ça se passe comment ? Et comment c'est reçu tout ça ?

NG :

Bah, euh, ça se passe bien.

Moi :

Ça pourrait très bien ne pas être évident.

NG :

Là, c'est ce que je te disais. On peut toujours avoir quelques remarques sur certains films qui passent moins bien. Mais, quand même, la plupart du temps, les gens nous font quand même assez confiance. Ça fait quand même sept ans qu'on fait ça, on a un peu un auditoire et c'est un peu notre but de créer comme ça un peu de cinéphilie à Marseille. En général, on programme un film parce qu'on l'aime. On n'a jamais programmé d'œuvre qu'on n'aimait pas. C'est donc une démarche qui nous ressemble, donc il y a une certaine cohérence, même si on peut trouver des choses très différentes. C'est la peur de poésie visuelle qui relie les œuvres entre elles. Et puis l'accompagnement : ce n'est pas toujours accompagné d'un discours, mais le fait que le film soit programmé dans le cadre du *petit cinéma* qui alterne films anciens, films récents, d'ici et du monde entier, mais toujours inscrits dans un cycle, jamais parachutés comme ça. *Lanterna Magika* fait ainsi des liens avec des ateliers, d'autres expositions. Et puis un accompagnement ne serait-ce que la présentation du film en amont, devant le public ou via un atelier, permet d'interpeller un petit peu le public sur qui est l'auteur, l'histoire du film, l'univers, pourquoi on l'a choisi, ce qui nous plaît là-dedans... et puis il y a toujours des liens avec les ateliers...

Moi :

En gros, votre conception de la médiation, c'est plus d'intriguer les gens que d'expliquer ?

NG :

Oui, on ne fait pas comme les dispositifs scolaires. Je n'ai rien contre ça, mais simplement ça ne me ressemble pas. Ça m'arrive de le faire parfois, quand on me le demande. Par exemple, à L'Alcazar (note : Grande bibliothèque à vocation régionale, en centre ville à Marseille), on m'invite à présenter un film et à animer un débat ensuite. Mais ça me met assez mal à l'aise, donc je le fais à ma façon. Par exemple, le film *U* de Grégoire Solotareff, que j'ai montré à des collégiens à l'Alcazar : je faisais des liens avec les livres de Solotareff, de voir ses références aux contes, d'expliquer comment il a fait ce film... Je faisais plus un lien avec d'autres pratiques, qu'une analyse psychologique. Pas d'analyse purement technique, comme j'ai pu en faire à la fac ; beaucoup plus des clés pour essayer de comprendre ce qui se passe dans la tête de quelqu'un pour créer un film. Et, dans notre association, on est convaincus que le meilleur moyen de comprendre ça, c'est d'inciter les spectateurs d'essayer à leur tour. C'est donc surtout via le plaisir que je travaille. Spontané. Afin qu'on laisse un peu tomber les préjugés, qu'on laisse tomber un peu tomber les blocages liés au comportement exigé par la société. Il y a des ateliers où on déchire, où on gribouille...

Moi :

Mais un dialogue s'instaure-t-il vraiment ? Le jeune public laisse-t-il une place, une attention, une confiance au film – surtout s'il est étrange - ? Ou bien la question du goût, du j'aime / j'aime pas, n'est-elle pas devenue une barrière de plus en plus difficile à franchir ? Comment on débloque ça ? C'est intéressant, ça.

NG :

Bah, sans leur imposer déjà. Faut se mettre à leur place aussi. Moi, j'essaie toujours de me mettre à leur place. Pour un collégien, c'est normal de se mettre un peu en rejet ; surtout à partir de la quatrième. Avant, ils sont en général plus dociles et surtout plus spontanément dans l'imaginaire. Pour les quatrièmes, c'est presque naturel d'être en opposition. Après, à partir de 12 ans, il y a une difficulté à exprimer un avis personnel ; dès qu'il y en a un qui critique, les autres se mettent à critiquer. Bon, et puis on peut avoir des retours tardivement. Ce que je remarque, c'est que, plus ils grandissent, et plus ils sont déstabilisés par les films différents ; ils ont besoin d'être rassurés. Alors, ça peut paraître extrême, mais au début, je faisais exprès de présenter des films qui n'allaient pas aider. Pas forcément des films choquants. Mais des films qui vont à l'encontre de nos habitudes. Et ce sont d'ailleurs des films plus difficiles à accompagner de la part de l'enseignant parce que, précisément, tout n'y est pas évident. Au contraire, ça laisse beaucoup de place, encore une fois, à l'interprétation personnelle. Mais ça, c'est engagé dans un processus où, après, on va leur raconter l'histoire du film d'animation, leur montrer des techniques qui leur permettra ensuite de créer. Et tout cela qui nous permet d'expliquer notre vision des choses.

Moi :

Alors, j'ai une question un peu bête, mais pourquoi vous présentez le film au début et pas à la fin ?

NG :

Je n'ai pas d'idée arrêtée sur ça. Ça varie, en fait. *Le petit cinéma*, c'est toujours l'atelier avant, mais pour les collégiens, on ne fait pas explicitement d'analyse : il viennent voir les expositions de *Lanterna Magika* et on leur propose alors un film. C'est seulement un mois ou deux après qu'on intervient en classe, qu'on échange avec eux, qu'on leur rappelle un peu le film et qu'on les éclaire sur l'histoire du cinéma d'animation et du cinéma tout court. Dans tous les cas, on n'est pas du tout dans l'analyse de film.

Y a pas de règle : avant ou après... Même si je préfère qu'ils voient le film après, parce qu'avec l'atelier, il y a des clefs de compréhension : ils sont plus acteurs et du coup, ils sont plus attentifs au film, plus attentifs à certains détails.

Moi :

Mais vos exemples, la manière dont vous présentez le cinéma est dans l'esprit du cinéma artisanal. Vous faites cette entrée dans le cinéma parce que cela correspond à la logique des origines du cinéma ?

NG :

Oui oui. On se sert néanmoins d'outils informatiques : cela permet de faire plus rapidement des montages, travailler aussi le son – car le son est très important pour nous et fait beaucoup d'effet -. Mais dès qu'il est question de montage complexe, avec l'intégration d'effets spéciaux, ça ça nous intéresse pas. Nous, c'est vraiment image par image ; j'aime beaucoup aussi les actions directes comme le grattage sur la pellicule.

Moi :

Si je comprends bien : vous travaillez moins à partager le panorama du cinéma, tout ce que pourrait être le cinéma, que vous travaillez finalement en profondeur une des dimensions du cinéma.

NG :

C'est vrai qu'on montre plus des films faits par des artisans de l'image ; même si ça n'empêche pas qu'on montre aussi des films faits avec des techniques plus modernes. Ce qui essentiel, c'est qu'il y ait une dimension auteur derrière. L'artisanat est plus clairement l'univers d'un auteur.

Moi :

Mais alors, sous cet angle, vous êtes un peu en concurrence avec TILT alors, non ?

NG :

Oh non, ça se passe beaucoup mieux maintenant. Il faut comprendre que Marseille est un territoire avec pleins de territoires, et où on fait un peu chasse gardée. Sincèrement, je ne sais pas comment j'accueillerais moi-même une petite jeune qui arrive et qui me ferait une proposition un peu différente. J'aurais peut-être pas envie, et j'attendrais de voir.

Moi :

Et j'ai entendu dire que vous étiez en partenariat avec Beaubourg aussi ?

NG :

Oui, ils nous ont contacté l'année dernière, enfin, c'est leur département pédagogique qui nous a contacté, notamment en vue de créer un espace adolescents à Beaubourg. Donc on a envisager de créer une programmation qui s'appelle *Les petites formes* qui est un ensemble de films courts réalisés par des graphistes, des illustrateurs, des étudiants, des films faits à la maison et qui sont quasiment tous réalisés en images animées, en stop motion et faits de manière artisanale à la maison, avec peu de moyens mais des idées intelligentes. Ça peut être très très court : des fois, il y a des films qui font 5 secondes. Mais il y a toujours cette dimension d'auteur, assez poétique à l'intérieur. Et c'est vrai que cette programmation a beaucoup plu à Beaubourg, qui voyait qu'on pouvait toucher les adolescents ; donc, on s'est associé pour faire une programmation compétitive. On pense que ça peut toucher beaucoup de

gens, avec une programmation de films qui viennent du monde entier – rien qu’avec Internet, on peut trouver des films entiers. Ca permet de dialoguer avec des artistes du monde entier. Et on essaie d’en faire aussi une édition DVD pour que ces films puissent tourner, être diffusés. La plupart des auteurs qu’on présente ne sont pas distribués.

Si nous n’avons pas cette économie-là, on pense qu’avec Beaubourg, c’est envisageable.

Moi :

Pourquoi ? C’est compliqué de faire de l’édition DVD ?

NG :

C’est que nous, on fait déjà de l’édition d’ouvrages avec certains artistes qu’on accueille sur *Lanterna Magika*. Des petits livres modestes, dont on fait nous-mêmes la diffusion. C’est un travail à part entière. Graver un DVD, négocier des droits... On fait déjà beaucoup beaucoup de choses et puis, il faut aussi avoir un bon moyen de diffusion. On peut pas s’épuiser à la tâche sans arrêt, quoi.

On verra ce que ça va donner. Ca démarre en mars 2011 à Beaubourg.

Moi :

Donc vous en diffusez cette année à *Lanterna Magika*, puis Beaubourg les diffuse ensuite à Paris en mars.

NG :

Oui. Ils seront en compétition, avec un jury sur place, présidé par Michel Gondry. J’espère que ça sera pas trop récupéré et transformé par Beaubourg. Mais bon, je pense qu’ils ont bien compris notre dimension et qu’ils la respectent aussi, quoi.

J’avais essayé plusieurs fois d’inviter Gondry – parce que, lui aussi, c’est un vrai bricoleur -, mais il n’est pas souvent disponible, et puis ça coûterait trop cher en déplacements.

Moi :

Bon, et puis, avec les autres partenaires, comme *Les Variétés*, ça se passe bien ?

NG :

Ça se passe bien...Pffff... ouais ouais ouais. On fait en sorte que ça se passe bien. Mais c’est pas toujours super enthousiasmant, parce qu’ils sont eux-mêmes dans des difficultés financières... En gros, on travaille avec eux, à condition que ça leur coûte pas d’argent, quoi. Nous, on gagne pas, mais eux il faut qu’ils en gagnent beaucoup quoi.

Ca empêche pas qu’il y a des gens avec qui on travaille et qu’on aime beaucoup, comme Linda, qui comprend bien notre démarche. Mais sinon, il n’y a pas vraiment de réelle envie, de réel accompagnement de notre public. Alors que notre public demande un mode d’accompagnement particulier. Là bas, c’est loin d’être un lieu très agréable, avec des personnes très agréables à l’accueil... ça paraît bête, mais, par exemple, les toilettes sont toujours bouchées et quand il y a plein de gamins dans la salle, ça pose problème. On a souvent été déçus par l’accueil et il y a souvent des groupes qui s’en plaignent et qui ne reviennent plus. Ca nous désole un peu, mais bon, on peut rien y faire, il n’y a pas d’autres salles en centre-ville.

Moi :

Mais justement il n’y aurait pas d’autres salles intéressées ?

NG :

C'est simple, il n'y a pas d'autres salles aussi centrales. Et puis, ça nous apparaissait important, symboliquement, d'être sur la Canebière. On s'était dit qu'en faisant venir, petit à petit, les centres aérés, les garderies, les écoles, parce que le chemin devient plus facile en centre ville...

On a fait une fois une projection pour des collèges au Pathé Madeleine, mais c'était pas très intéressant. C'était pas mieux et c'était plus loin. Je pense que quand *TILT* aura sa salle, ce sera plus facile et naturel pour nous de programmer là-bas.

Moi :

C'est sur de bonnes voies ?

NG :

Bah on espère, on espère tous. Ils sont très fatigués, parce qu'ils se sont battu et que c'était très compliqué, surtout au niveau politique.

Moi :

C'est ce que j'allais vous demander après, justement, savoir comment ça se passe au niveau politique actuellement.

NG :

En tout cas pour eux c'est ballotté. Ouvrir un établissement demande beaucoup de soutien, et ils ne savent jamais les avancées à ce sujet. Il y a un truc qu'on arrive pas à comprendre, c'est pourquoi c'est toujours aussi compliqué d'ouvrir une salle à Marseille. Il y a un vrai problème à Marseille. En même temps, tant mieux pour nous, comme ça on a une vraie utilité.

C'est aussi pour ça qu'on reste avec nos partenaires. C'est pour maintenir une continuité, créer des rendez-vous. Et si, après, on change les lieux de rendez-vous, ça fragilise la fréquentation, surtout à Marseille !

Moi :

Mais pourquoi ? Qu'est-ce qu'il a comme spécificité ce public marseillais ?

NG :

Pfff, j'en sais rien, il a peut-être moins l'habitude d'aller au cinéma. Peut-être aussi parce qu'il fait beau et que les gens préfèrent être dehors. C'est vrai que notre public ne change pas tant que ça, on retrouve toujours les mêmes. Sauf, peut-être, avec le *Petit Cinéma*, mais c'est peut-être aussi parce que la programmation est plus facile ; donc on a des classes, ou, le mercredi, des retraités qui viennent avec leurs petits-enfants. C'est bien. Mais, c'est vrai que ça demande du temps pour créer cette habitude. Ça fait 5 ans que ça existe et ce n'est qu'assez récemment que ça commence à bien marcher. Et on commence à avoir un peu de financements pour faire ça, parce que, sinon, on n'a aucun financement.

Moi :

Vous les trouvez où ?

NG :

On a très très peu de financements de la part de la ville de Marseille : on a eu de la chance cette année, parce qu'on a eu 3000 euros. Le Conseil Général nous aide bien : 15 000 euros. La Région aussi. Mais bon, ça reste des petits financements par rapport à tout ce qu'on peut faire, quoi. Donc, nous, on est arrivés en 2004, avec aucune subvention et ce n'était ni la ville, ni le département, ni la région qui nous ont aidé, mais *Jeunesse et Sport* et la DRAC.

L'Europe aussi, un peu. Donc on agissait avec très peu de moyens : beaucoup de bénévolat et l'immense majorité de nos subventions allait dans les projets artistiques, ainsi que dans des objets de communication de qualité. Parce qu'il nous semblait évident qu'il fallait bien valoriser le contenu, d'avoir de bons documents et une bonne communication. C'est toujours pour nous une grande priorité. Alors, on n'est plus tout à fait bénévoles maintenant : bien qu'on contrat précaires, on est quatre salariés maintenant. Ça veut dire qu'on peut vivre de notre activité et qu'on n'est pas obligés d'aller travailler par ailleurs. Alors, on est quand même un peu soutenus, même si on comprend pas pourquoi on est pas plus soutenus ; tout le monde nous dit que c'est génial ce qu'on fait, mais y a pas pour autant plus d'argent. Je sais que c'est compliqué en ce moment, mais on est beaucoup moins soutenus que beaucoup d'autres qui font, pourtant, dix fois moins, comme ils nous le disent eux-mêmes ; ça commence à être un peu fatigant. En tout cas, on a une certaine reconnaissance, à la fois du public et des professionnels, qui nous laisse espérer qu'on va pouvoir continuer à faire ça. Mais, après, on n'est pas persuadés de pouvoir continuer à faire ça longtemps. On essaie d'avancer dans le bon chemin, notamment en essayant de s'emparer un peu de Marseille 2013 – même si c'est plutôt eux qui semblent être en train de s'emparer de nous, en nous sollicitant sur la programmation jeune public.

On aimerait avoir un lieu. Pas une salle de cinéma forcément. Là, pour le moment, on n'a qu'une petite vitrine qui sert de lieu d'exposition, mais on aimerait avoir un lieu qui permettrait de faire plus souvent des ateliers, des petites projections vidéo ou 16 mm, une sorte de galerie et de lieu de ressources et un lieu de diffusion de travail d'artistes, notamment locaux.

Moi :

Un peu comme le lieu d'animation culturelle au Cours Julien ?

NG :

Non, parce que, eux, ils sont en fait un concept store. Nous, on serait un peu moins « branchouilles ». On voudrait juste servir notre image quoi. On voudrait aussi bien accueillir des choses pour les adultes que pour les jeunes enfants, un truc qui serait ludique et qui soit surtout respectueux du travail de l'auteur.

On y travaille doucement, sans trop d'acharnement, parce qu'on a vu nos collègues de *Tilt* galérer et on a beaucoup d'autres choses à faire, donc il faut qu'on garde notre énergie. On envisage cet espace dans la lignée de nos actions.

En attendant, on n'a pas beaucoup de financements publics, quelques missions pour les jeunes publics, mais on tient plutôt sur nos ressources propres, notamment les ateliers qui sont payants.

Moi :

Mais le Conseil Général a-t'il des attentions précises dans son financement ? Les pouvoirs publics ont-ils des exigences précises ? Demandent-ils des retours ?

NG :

Non

Moi :

Ils donnent pas beaucoup et laissent els mains libres alors ?

NG :

Oui, et ça m'arrange comme ça. Ce serait dangereux d'être trop soutenu par une institution, parce qu'on aurait une obligation de représentation après. Nous, on est fragiles, mais libres. Je pense que c'est un luxe de nos jours.

Moi :

Comment se déroule une semaine-type ? Comment vous travaillez avec vos différents partenaires ?

NG :

Et bien, dans l'ensemble, ça se passe plutôt bien. On essaie d'être respectueux de tous, même si on n'est pas parfaits non plus. Avec les distributeurs, ça va assez bien, même si ça arrive souvent qu'on les appelle « en pleurant » un peu, parce qu'il y a un film qu'on veut vraiment passer, mais la location est trop chère pour nous et, en général, ça se passe bien. Les distributeurs ont besoin de gens qui diffusent leurs films et à Marseille c'est assez compliqué ; notamment avec *Les Variétés* qui paie pas bien les distributeurs et c'est toujours nous qui devons rattraper ça derrière... Nous, ils nous font relativement confiance.

Ca se passe toujours bien avec les artistes avec qui on travaille. Depuis le début, il y a une passion et une franchise dans notre démarche. Et nos contacts sont globalement dans le même état d'esprit. Des fois, il y a eu quelques « hic », mais c'est très rare... Mais c'est aussi parce qu'on est vraiment dans un travail de médiations.

Moi :

Vous êtes surtout en contact avec de petits distributeurs ?

NG :

Non, il y a vraiment de tout. Ca nous arrive de travailler avec la Warner par exemple. Et puis, il nous arrive de diffuser des films qui ne sont pas du tout distribués en France, les films tchèques notamment. On essaie aussi d'avoir cette utilité-là : de faire découvrir des univers ou des œuvres du patrimoine qui ont perdu de la visibilité. Du coup, on travaille aussi beaucoup avec la Cinémathèque Française.

Moi :

Et, sur Marseille, vous pensez qu'il y a des choses qui pourraient changer, ou le contexte vous semble t'il totalement figé ?

NG :

On a tendance à penser que sur Marseille les choses ne peuvent pas changer ; mais ça change doucement.

Moi :

En dix ans, avez-vous vu des changements, notamment au niveau associatif ?

NG :

Bon, ben, il y a toujours autant d'associations. Il y a peut-être de plus en plus de propositions jeune public transdisciplinaire. Quand on a commencé, ce n'était pas le cas et, maintenant, ça commence à se faire un peu partout. Ca a du bon et du moins bon : parce que, sous prétexte de programmer du transdisciplinaire et pour les enfants, certains ont tendance à programmer un peu tout et n'importe quoi.

Moi :

En gros, ça devient un marché.

NG :

Ca devient un marché, ne serait-ce qu'au niveau du public : quand on programme pour les enfants, il y a du monde qui vient. Surtout pour les tout-petits ; mais on sait que c'est pas du tout évident de programmer des choses pour ce public. Je sais que nous, par exemple, on programme pas n'importe quoi pour les tout petits. Ca demande une attention particulière aussi bien au niveau du rythme du film qu'au niveau de son contenu.

Moi :

Est-ce que vous fonctionnez par tranche d'âge ?

NG :

Il n'y a pas vraiment de règles, parce que chaque spectateur a un développement particulier. Cependant, ce qui est certain, c'est que pour les moins de trois ans, il vaut mieux des programmes de films courts – ce que propose le distributeur *Les films du Préau* avec des programmes de trois ou quatre films courts, avec des histoires plutôt douces et calmes, qui problématissent souvent le rapport à la nature, au cycle des saisons. Après, il n'y a vraiment pas de règles : il y a des enfants qui ont encore une peur « physique » du cinéma à 7 ans ; d'autres qui, à 9 mois, sont complètement captivés. Un film, c'est une rencontre, donc ça peut pas plaire à tout le monde, en tout cas pas de la même façon quoi.

Moi :

Oui, mais, forcément, vous ne proposez pas la même chose à un enfant de 7 ans et à un collégien. Qu'est-ce qui change ?

NG :

En général, c'est les sujets abordés qui changent. On ne parlera pas nécessairement de guerre, d'amour ou de sexualité avant l'âge de 10-11 ans. Nous, on conseille des âges par rapport à la programmation, mais on n'a pas la science infuse, et on imagine que les parents connaissent suffisamment leurs enfants pour évaluer d'eux-mêmes aussi, en fonction du sujet du film. On conseille et on donne l'information possible pour que les parents, ensuite, évaluent.

Ça n'empêche pas qu'il y ait des films qu'on peut aussi bien montrer aux tout petits qu'aux grands. Je pense notamment aux films tchèques qui ont une forte dimension surréaliste. Il y a un *Alice* adapté par un tchèque qui est très particulier, parce qu'il y a un mélange d'acteurs, d'animations, des squelettes de lapin et si, a priori, les adolescents n'étaient pas réceptifs, leur approche à beaucoup changé après la projection. On insiste beaucoup sur le fait que toute histoire, tout sujet, n'a pas qu'une seule version.

Moi :

Justement, avec les adolescents, est-ce qu'il faut absolument rebondir sur l'actualité pour els attirer ?

NG :

Il faut vraiment qu'on ait l'opportunité. On l'a fait quelques fois. Notamment avec *Alice* qui était adapté aussi par Tim Burton. Mais c'est très rare parce que nous on programme à l'année. On le fait un peu plus avec les séances co-organisées avec la Bibliothèque de l'Alcazar. Quand on le peut, on le fait, mais on s'y oblige pas non plus.

Annexe 14 : Entretien avec William Benedetto, ancien assistant du directeur et nouveau directeur de L'Alhambra, salle art et essai à Marseille (13/12/10)

Moi :

On parle bien peu souvent des exploitants alors qu'ils sont les derniers maillons avant le spectateur. Pareil pour les distributeurs, même si on en parle peut-être un peu plus. Je suis obligé de m'intéresser aussi un peu à leur cas, parce qu'ils sont en interaction directe avec vous et...

WB :

Les distributeurs sont comme les éditeurs dans le monde du livre : ils ont un rôle important qui consiste à faire des choix et de faire un vrai travail d'édition, c'est-à-dire d'accompagner un film, lui donner une forme. C'est ainsi qu'ils sont nos interlocuteurs. Nous ne parlons pas avec les cinéastes, ni avec les producteurs ; nos interlocuteurs, ce sont les distributeurs.

Après, en ce qui concerne vos préoccupations, c'est vrai qu'on parle finalement très peu de ce qu'est une salle de cinéma. On fait souvent deux ensembles : d'un côté, les salles Art&Essai et de l'autre côté, les multiplexes. Une fois qu'on a dit ça on n'a finalement rien dit, parce que, dans cet ensemble-là, il y a une réalité qui est beaucoup plus complexe. De ce que je peux vous dire de là où on est – parce que mon propos est issu d'un endroit précis avec sa pratique particulière – c'est que nous sommes des militants. Alors, pas des militants au niveau corporatiste, mais par le fait qu'on pense que l'expérience qui se vit pour le spectateur dans la salle est fondamentale.

Certes, il y a déjà toute une littérature qui existe sur ce qui se passe dans la salle. Cependant, réaffirmer ça en permanence est nécessaire. Par exemple, en se disant que oui choisir un bon film, c'est important, oui faire une programmation c'est important ; mais il y a d'autres choses peut-être plus importantes dans ce qui se joue quand un gamin va dans une salle de cinéma quel que soit le film. L'approche universitaire a une approche très souvent esthétique en se concentrant sur l'objet-film : on le met sur une étagère, on le coupe en morceaux, on le tourne dans tous les sens, on interroge son rapport à d'autres films, etc. Dans tout cela, on a tendance à oublier qu'un film ne se met à exister que lorsqu'il rencontre un public. Ce qui se joue quand un public rencontre un film, au-delà du nombre d'entrées, au-delà du « j'aime, j'aime pas », etc., c'est le plus important : il ne peut pas y avoir de cinéma s'il n'y a pas ce moment-là. Les cinéastes font des films pour que les gens les regardent et c'est à travers ces films-là qu'ils s'expriment et qu'ils font vivre une expérience qui va bien au-delà de la question du message et du sens, du cadrage, etc. Si vous avez 50 personnes dans une salle, personne ne voit le même film. C'est un peu le but du jeu.

De ce point de vue là, on a souvent tendance à manquer ce que font vraiment les salles de cinéma et à ne pas se demander ce qui s'y joue. Du coup, on ne va pas très très loin sur cette question là.

Pour nous, ici, la part importante de notre travail consiste à accueillir des enfants dans le cadre scolaire. Et nous on se bat pour maintenir tout ce qui renforce la dimension symbolique et rituelle de la venue au cinéma :

- distribuer un ticket de cinéma à CHACUN – même s'ils sont 120, on les distribue tous et un à un, quitte à prendre un long moment pour le faire - ;
- ticket qui est ensuite déchiré par le projectionniste en bas des escaliers – donc il y a déjà deux contacts humains avant le début de la séance - ;
- dans la salle, il y a un rideau qui ferme l'écran et qui ne s'ouvre que pour la séance.

Pour nous, c'est absolument déterminant et fondamental de maintenir tout ça parce qu'il nous semble que si on ne maintient pas ces symboles, on casse quelque chose de ce qui se joue quand on vient au cinéma. Et ce qui se joue quand on va au cinéma, c'est qu'on va voir un film, c'est-à-dire quelque chose qui a un début et une fin ; on va voir quelque chose qui n'existe pas en tant que tel, plus précisément qui n'a pas d'existence matérielle. D'ailleurs, avant toute esthétique, il faut bien penser à ce côté surnaturel du cinéma, qui n'existe que dans la projection, qui veut que les gens que l'on voit sur l'écran existent ailleurs mais on n'en connaît que les images... Bref. Réaffirmer ça en permanence nous semble très important. Et, par exemple, il existe une logique dans l'exploitation qui cherche le plus possible à enlever tout ça pour des raisons de temps, de dématérialisation des tickets, etc. Mais je pense qu'il ne faut pas aller trop loin là dedans parce qu'on risque de perdre quelque chose.

Notre préoccupation est donc de savoir ce qu'on est, de savoir ce qu'est notre boulot finalement. Certes on choisit des films, mais, quelque part on a une programmation généraliste puisqu'on passe autant les grands succès que des films Art&Essai et de courts. Nous pensons que ce grand ensemble est important. Et puis ça nous empêche de tomber dans un ghetto, parce que les salles Art&Essai sont souvent des ghettos pour public à cheveux blanc qui a un certain rapport avec le cinéma. Nous devons aussi prendre en compte le public jeune. Alors je diffuse des films Art & Essai et, en même temps, je sais que quand je vais diffuser *Twilight 2*, je vais avoir 150 collégiens d'à-côté qui vont venir le voir ici, deux mois après sa sortie – parce que je n'arrive pas à avoir ces types de films à leur sortie – et c'est absolument vital de le maintenir, de mon point de vue, de permettre à ce public-là de voir ce type de film dans notre salle...

Moi :

... avec vos rituels spécifiques...

WB :

Avec ces rituels, dans une salle où ils vont, par ailleurs, revenir deux mois plus tard avec leurs classes pour voir *Bashou le petit étranger*, un film iranien sous-titré dont ils vont dire que le film est un peu chiant, qu'ils comprennent pas... C'est important qu'il s'voient tout ça au même endroit avec les mêmes personnes à l'accueil et le même dispositif. Ça permet de brouiller un peu les pistes, de ne pas hiérarchiser les choses et de faire émerger cette complexité.

Moi :

Finalement, vous êtes surtout un cinéma de proximité ?

WB :

Ca c'est un mot qui est dérivatif de l'Art&Essai, c'est-à-dire que des fois on parle de cinéma Art & Essai et, selon la manière dont on en parle, on parle de cinéma de proximité parce que dans ce type de salle il y a une équipe qui fait un véritable travail d'accueil (ce que l'on n'a pas dans les multiplexes, qui gère des flux) donc un travail de relation. Proximité va d'ailleurs avec convivialité. Il faut donc vite mettre dans la problématique la question du statut des salles. Cas important si on analyse le CNP par exemple. Nous sommes un cinéma public : le bâtiment appartient à la municipalité, le financement provient à 50% de la ville de Marseille (pour les fonctionnements), à 30% des autres collectivités sur des missions (festivals, interventions particulières, etc.) et 20% de recettes propres. Notre budget ressemble plus à celui d'un centre culturel, comme les scènes nationales, qui sont dans ces équilibres-là, qu'à celui d'un commerce. Les trois-quarts des salles classées Art & Essai dans ce pays sont peu ou prou dans ce schéma-là parce que ce sont majoritairement des mono-écrans et aujourd'hui les mono-écrans ne peuvent pas commercialement fonctionner. Leur seul moyen d'existence, ce sont les fonds publics ; mais, évidemment, les fonds publics ne sont pas alloués pour faire un cinéma commercial puisque le privé est très bien conditionné pour le faire. L'idée c'est de défendre cette ambiguïté du cinéma qui est d'être à la fois industrie et art, chose qu'il trainera tout le temps comme un boulet (écoutez ce qu'en pensent par exemple les gens du théâtre), dont se défendent beaucoup d'exploitants qui en profitent pour empêcher des aides publiques. Il faut alors bien se demander à quoi sert la subvention Art & Essai. Le classement entre les salles se fait en fonction de l'environnement des salles (à Marseille, les critères sont plus durs que dans un petit village de la Loire où il suffit de passer dix films recommandés), mais également en fonction du nombre de films recommandés projetés dans l'année. Les films sont recommandés par un collège composé d'une centaine de personnes. Ainsi, la subvention, qui veut défendre une idée forte du cinéma, est basée sur des critères artistiques (et pas seulement nationaux). Cette dimension universelle est très importante. Cependant, si la France se targue de son réseau de salles qui n'a aucune comparaison dans toute l'Europe, c'est moins dans sa défense du cinéma d'auteur que le résultat d'une politique d'aménagement du territoire. Et si on parle de cinéma de proximité, c'est bien pour cette raison là. Pour le moment, les mesures ne sont pas au niveau de complexité de la profession ; il y a finalement peu de distinction et de reconnaissance sur le travail de fond de certaines salles.

Bon. Deuxième point : ce qu'on appelle les indépendants. L'indépendance ressort souvent au cinéma, comme une espèce de revendication. Pour moi, c'est une vaste connerie, parce que l'indépendance n'existe pas, on est toujours dépendant de quelque chose. Quand le réseau Utopia dit qu'il est indépendant...

Moi :

Il l'est tout de même.

WB :

Oui, mais il l'est en ne s'adressant qu'à un type de spectateur et pas à tout le monde, alors qu'il le revendique. L'indépendance, qui est une position politique, consistant à refuser l'argent public pour ne pas avoir de compte à rendre politique, excepté le CNC – car c'est ici la profession qui aide la profession -, dont fait partie Utopia, qui vous crache à la gueule parce que vous passez *Bienvenue chez les ch'tis*, c'est-à-dire un blasphème total de leur point de vue, est un extrémisme qui a une logique et une autonomie, mais qui, si vous faites une

étude sociologique du public Télérama, vous tomberez sur quelque chose qui est toujours pareil, un profil type.

Moi :

Utopia vous concurrence-t-il ? Où se situe-t-il principalement ?

WB :

Avignon, Toulouse, Bordeaux, Saint-Ouen L'aumône. Ce sont des multiplexes Art & Essai, souvent construits dans des anciennes chapelles. C'est un vrai projet, une vraie aventure. On peut l'aimer ou pas, mais il y a une vraie démarche derrière. On peut ne pas être d'accords, mais eux ils assument et ils positionnent les choses. Il n'en reste pas moins que je trouve ça complètement idiot de dire que, parce que tu ne passes pas *Bienvenue chez les Ch'tis*, tu résistes. J'y crois pas à ça. Moi je pense qu'au contraire, ce qui se joue dans des lieux comme les nôtres, qui sont inscrits dans des territoires spécifiques – ici la banlieue marseillaise –, économiquement sinistrés, loins du centre, continuer de montrer aussi les films que les gens ont envie de voir, contribue à l'éducation au cinéma. Parce qu'il ne faut pas se raconter d'histoires : tous les cinéphiles de la Terre, tous, y compris ceux de l'Utopia, peuvent aimer les films populaires et beaucoup de films de patrimoine ont été des films populaires, des succès, etc. Les choses sont compliquées : Chaplin était un héros populaire. L'ambiguïté du cinéma est plus complexe que cette basique distinction. Ce qui fait que la question des salles, en tant que telles, n'est pas vraiment discutée.

Par exemple, si on réfléchit un peu, la seule innovation majeure qui s'est passée ces 15 dernières années, c'est l'arrivée des multiplexes. Mais l'arrivée des multiplexes, au-delà des effets de concentration et autres, c'est une vraie pensée du cinéma et de la façon de construire un équipement pour satisfaire le public. L'Art & Essai n'a pas de modèle. L'Art & Essai a toujours été pensé – et Utopia ne déroge pas à la règle – en termes d'adaptation à un lieu. On est porteurs au niveau des choix de programmation, mais pas au niveau de l'équipement ; on parle des films, mais on ne pense pas aux conditions dans lesquelles on les montre. À la limite, on pourrait dire : dans la salle Art & Essai, il y a le petit coin resto, comme au Comoedia à Lyon où ils ont le petit resto branché. Mais au Comoedia, dès que tu sors du petit coin resto, tu es dans un multiplexe comme un autre (l'organisation des salles, l'affichage...). Je connais bien leur programmeur et ils sont dans une logique de programmation avant tout et qui ressemble à celle d'un multiplexe (le plus de films possibles pour mon public) ; mais, après, il s'est adapté à un cinéma qui existait déjà.

L'Alhambra est une ancienne salle marseillaise, comme il en existait énormément à l'époque : mono-écran, un balcon, une grande salle en bas avec des sièges en bois le plus serrés possible (il y avait 600 places, alors qu'aujourd'hui il n'y en a que 250)... À l'époque, c'était comme ça que ça marchait le cinéma. Il y en avait un autre comme ça à 50 mètres, à l'Estaque il y en avait trois... Ce qui a été la révolution pour toutes ces salles, ça a été l'arrivée de la TV. La TV, dans les années 1970, a arrêté toute cette proximité (pour le coup, là, on pouvait parler de proximité : 100 cinémas dans la ville, ça voulait dire qu'il y en avait partout). Celui-là a été racheté par la ville pour des raisons politiques avec l'idée d'en faire un centre culturel, un centre culturel orienté cinéma. Mais le parti-pris de le réhabiliter, dans le début des années 1990, en mono-salle a été jugé par plein d'autres comme une folie (déjà). Mais, finalement, le fait de n'avoir qu'une seule salle nous force à vraiment faire des choix ; aux Variétés et au César, ils ne font pas de choix (24 films par semaine ; ils pourraient en avoir plus si il n'y avait pas tant de rapports conflictuels avec les distributeurs). Un cinéma doit faire des choix ; sinon les films sont flingués. Sans compter qu'aux Variétés, les salles 3 et 4 sont ridicules et

ne devraient pas exister. Bref, à termes, diffuser des films dans ces conditions là, c'est néfaste. À un moment, ça se paie, on ne peut pas regarder des films dans ces conditions là. À l'opposé, c'est vrai qu'au Comoedia, quand on rentre dans la grande salle, on rentre dans un truc qui a de la gueule quand même et ça change tout !

Toutes ces questions là, on les traite, on y réfléchit. La scénographie est une question importante et qui a été mise de côté par l'Art & Essai au profit de la question « comment avoir le plus de salles possible avec mon espace pour donner le plus à manger pour mon public ? ». C'est une pratique de cinéma qui, à termes, n'a rien de différent avec celle des multiplexes. C'est pas parce qu'on a 8 écrans qu'on doit diffuser le plus de films possibles et faire un maximum d'entrées. Du coup, quand on n'a qu'une salle et qu'on a un peu d'argent public, on est plus relax ; on se concentre beaucoup plus sur la recherche du public qui ne vient pas et on fait du partenariat avec les écoles et d'autres structures. On se positionne sur un public qui pour des raisons surtout économiques, ne viendrait pas au cinéma. Notre projet va bien au-delà de la simple logique de programmation de films : il s'agit de partager une idée avec toute la population en postulant que le cinéma est un lieu référence, où se construit une centralité dans un quartier ou une ville. Du coup, on devient une référence incontournable pour tout le monde, on a une fonction de lien social. On touche 7000 enfants du 15^{ème} et 16^{ème} arrondissement, ce qui fait 15% de la population. Ce qui fait que quand on me dit « vous êtes une salle Art & Essai ? », je réponds « oui, je suis CLASSÉ Art & Essai » (ce qui n'est pas évident au vu des critères pour les mono-écrans dans les grandes villes). Mais, en disant ça, on a tout dit et rien dit. Parce que qu'est-ce que ça veut dire pour vous une salle Art & Essai ? Il subsiste cette ambiguïté sur l'importance des films que tu programmes ; alors que les gens qui viennent ici commencent à se rendre compte qu'il n'y a pas que ça qui compte et que la manière dont ça se passe, la manière dont on montre les films, le fait qu'il n'y ait pas de pub, les rendez-vous réguliers, sont autant de cartes à jouer pour la salle de cinéma. Ce qui signifie qu'il y en a beaucoup qui devront faire leur révolution et qui devront arrêter de se dire que si les gens ne viennent pas voir leur programmation extraordinaire, c'est parce qu'ils sont cons. L'exploitation est trop dans la plainte depuis 15 ans : les cartes, les multiplexes, le 3D, le numérique... Certes, tout ne marche pas comme avant, il faut repositionner son projet, peut-être en étant plus proche d'un centre culturel.

Sur notre site, il y a une étude faite par l'association Cinémas du Sud sur les publics des salles publiques et para-publiques dans le Sud. Il y a des choses intéressantes à ce sujet. Mais le plus important selon moi dans les stratégies des salles se situe au-delà des films qu'on passe.

Moi :

Ne pensez-vous pas que ce problème déborde même le cadre des professionnels ? Que même les théoriciens sont en plein dans cette approche (importance de corpus de films, sociologie de la réception) ?

WB :

Le problème, c'est par exemple, quand on a des gamins qui viennent ici trois fois dans l'année avec leur école, et qui voient *Le Cheval au bord de la mer*, *Robin des Bois*, et *Bonjour de Ozu*, le problème n'est pas de leur l'analyse du cinéma de Ozu, on s'en fout. Eux voient les films pour ce qu'ils sont. Quand ils voient *Les contrebandiers de Moonfleet*, de Fritz Lang et qui est la matrice de la Nouvelle Vague, ils regardent un film d'aventure avec un petit gamin auquel ils s'identifient et avec qui ils vivent l'aventure. Point barre. Et c'est ça qui est bien. Les aventures de ce petit garçon résonne avec ce qu'ils vivent eux.

Ca veut dire quoi analyser le film ? Ca veut dire quoi « leur démontrer que » ? Ca n'a aucun intérêt. À la limite, le plus important, c'est l'approche qu'on défend au niveau des écoles : s'ils se mettent à jouer aux contrebandiers de Moonfleet ou à Robin des Bois pendant la récréation, c'est bon. C'est tout ce qui va nous dépasser, tout ce qui va échapper, tout ce qu'on dépose et qui va générer des bases pour plus tard, c'est ce qui compose un spectateur ; et ce qui va composer chaque enfant, on ne peut pas le connaître. Ce que je sais, c'est que les enfants ne sont pas bêtes, passifs, ils s'amuse très bien devant Jacques Tati. J'en vois qui vivent une expérience de folie, dans le corps et dans leurs têtes, pendant nos séances. Comment peut-on prendre en compte ça ? Qu'est-ce qu'on fait de ça ? Qu'est-ce qu'on n'en fait pas ? Moi, la seule chose que je sais, c'est que ça, ça résiste à tout. L'expérience que peuvent vivre ces enfants, est-ce que dans 15 ans, quand ils verront une parade d'artistes de rue qui sont un peu dans le burlesque, est-ce que ça fera résonance avec Tati, est-ce que le rapport à l'humour et à la comédie va être changé, on n'en sait rien. Tout ce que je sais, c'est que dans l'immédiat, l'expérience est forte. Pour faire grandir l'enfant, c'est indispensable de lui faire vivre ces expériences-là où, en tant que spectateur, on s'abandonne, on se laisse aller. C'est le gros enjeu avec le Jeune Public : faire en sorte qu'il se pose, le temps d'une séance de cinéma, qu'il oublie le portable, qu'il se coupe du temps et de l'espace. Et c'est pas facile à faire vivre.

Moi :

Il n'y a pas de barrière ? De rejet automatique ? Par exemple du fait que Fritz Lang, ce soit du noir et blanc ?

WB :

Il n'y a aucun problème là-dessus. Les enfants n'ont aucun a priori. Dès qu'on touche les ados, il y a des a priori, des phénomènes de bande, mais, globalement, plus vous les surprenez, plus ils vous remercient. Parce qu'au fond, ça les questionnent de voir un truc différent, qui n'est pas fait pareil et même si il y a un rejet a priori, parce qu'il y a toujours des postures à prendre pour rejeter, c'est parfois ces films là qui vont subsister. C'est un peu la question du caillou dans la chaussure : à un moment donné, si vous ne mettez pas des cailloux dans leurs chaussures, si vous leur passer ce qu'ils ont l'habitude de voir, ils ont pas besoin de vous pour ça. Ils le font le chemin ; d'autant plus facilement avec les ordinateurs. Ils baignent dans leurs trucs et tant mieux, il faut que ça existe. Nous, on est là pour les mettre devant des objets qui sont susceptibles de créer une rencontre (il ne s'agit pas de faire du snobisme à tout prix).

Moi :

Mais c'est vous qui choisissez les films ou vous êtes totalement dépendants des dispositifs ?

WB :

C'est nous qui choisissons les films. On fait notre choix dans les catalogues des dispositifs (50 films) et on ne le fait pas forcément avec les enseignants, parce qu'on se trouve souvent avec des enseignants qui ont eux-mêmes des a priori sur le goût de leurs élèves. Mais, même avec les films les plus bizarres possibles, avec les gamins, ça marche.

Moi :

Comment travaillez-vous la médiation avec ce public lorsque vous êtes aussi face à un interlocuteur qui est censé mieux le connaître que vous ?

WB :

Ce qu'il faut expliquer avant tout à l'enseignant, c'est que ce qu'il fait en accompagnant les élèves au cinéma, c'est qu'il vient dans un territoire qui n'est pas le sien. On sort de la classe et on vient au cinéma, ce qui n'est plus le même endroit. Quand on est au cinéma, celui qui prend les responsabilités et les choses en main, c'est le film. Alors, évidemment, c'est important de bien choisir les films, mais, une fois le film choisi, ce qu'il faut expliquer à l'enseignant, c'est qu'il ne pourra pas faire le tour de tout ce qui va se passer. Il y a des questions qu'il ne faut peut-être pas discuter avec les élèves : un film peut nous renvoyer à des questions psychologiques, intimes, etc. Il faut leur faire prendre conscience qu'en permettant à leurs élèves d'aller voir ces films là trois fois dans l'année, ils en font déjà presque des cinéphiles, statistiquement parlant. Parce qu'ils vont voir trois films de répertoire et que l'expérience qu'ils vont vivre trois fois est une expérience forte. Si les enseignants ne les y amènent pas, ces jeunes ne vivront pas ces expériences.

Après, ils se demandent souvent comment faire pour que les jeunes se comportent bien dans la salle. Il y a un travail à faire à ce sujet et en amont : il faut travailler leur désir. Comment vous faites pour éveiller chez vos élèves le désir de voir ce film là ? Ca peut être travailler sur le titre, ça peut être travailler sur l'affiche, ça peut être travailler sur le sujet, peu importe ; mais de mettre en chantier un commencement de travail et les décomplexer sur le fait qu'ils pourraient éventuellement ne rien connaître au cinéma. Y a rien à le dire ; pas la peine d'expliquer le plan, le cadre, le machin, on s'en fout de tout ça. C'est que du vocabulaire et le cinéma n'est pas un « langage », c'est-à-dire qu'il n'y a pas une grammaire qui dit que quand vous faites un mouvement de caméra comme ça, ça veut dire ça. Ça dépend de ce qu'il y a avant et de ce qu'il y a après.

Tout se tourne autour de l'expérience que vont vivre les jeunes. Si, après, les enseignants veulent travailler sur tel ou tel aspect, pas de problème ; il faut juste garder en tête que, par ailleurs, il s'est passé pleins de choses et dont on n'a pas besoin de prendre en compte absolument. Par exemple, quand les enfants vont voir *Kirikou et la sorcière*, c'est quoi ? ça se passe en Afrique, etc. Mais c'est un film révolutionnaire. Pourquoi ? Parce qu'il raconte l'histoire d'un gamin qui, à peine né, dit « je ne suis pas d'accord, je veux comprendre et je ne laisserai pas les choses en l'état », il se fout de la tradition et tout le film raconte l'histoire de ce petit bonhomme qui se met en barrage de tout pour la seule raison qu'il veut comprendre et ne pas laisser les choses en l'état. Ça, je l'ai compris qu'en regardant le film avec mon fils de 6 ans, qui m'a dit, « mais papa, Kirikou, il a raison de désobéir ». J'ai compris ce que c'était que Kirikou. Alors, je concède aux enseignants que c'est un peu schizophrène ce que je leur demande : je leur recommande d'aller voir un film qui est un appel à la désobéissance civile ; mais je leur ajoute cela : « si vous êtes par ailleurs là pour construire un groupe avec un respect interne et mutuel et qui respecte des règles, vous êtes aussi celui qui doit leur apprendre qu'à un moment donné, dans la vie, pour des raisons diverses, on doit être amené à dire non, parce qu'il y a des moments où il faut dire, parce que si, dans l'Histoire, il n'y aurait pas eu des gens qui disent non à un moment donné, on n'en serait pas là ». C'est énorme de pouvoir le faire avec un film ; qu'avec les gamins, il n'y ait pas besoin d'en parler parce que s'ils adorent c'est pour ça. Chaplin c'est la même chose. Chaplin, c'est quoi ? C'est un héros qui, quelque soit l'endroit où il arrive, il fout le bordel, il décroque tout, tout le temps. C'est ça qui plaît aux gamins. Du coup, c'est une respiration possible : vous êtes à la fois celui qui doit enseigner le rapport à la règle, au collectif, aux choses et aux valeurs, mais vous êtes

aussi celui qui explique qu'à un moment donné, en tant qu'individu, on a des choix à faire, on a des positions à prendre et que ces choix à faire peuvent aller jusque là. Quand on dit ça aux enseignants, d'un coup, ça devient une autre histoire, parce que le film, il existe aussi à ce niveau là. Je crois qu'il ne faut pas mésestimer ça. C'est-à-dire que le cinéma nous aide à ça, nous aide avec ses histoires et ses personnages à avoir des réponses à des situations auxquelles on est confrontés, à des possibilités qui peuvent arriver. Quand on est enfant, ça nous permet de grandir un petit peu plus vite parce que les films peuvent avoir ces vertus initiatiques pendant ces aventures qu'on partage pendant une heure et demie. Fondamentalement, c'est ça qui se joue.

Évidemment qu'il faut parler de cinéma, mais pas dans une conception étroite de ce qu'est le cinéma. Il faut tenir compte de l'expérience forte qui se joue et de ce que les films proposent réellement. Et parfois, les gamins parlent mieux de ce qui fait le film que n'importe qui : en une formule ils vous résument un film. Ça je l'ai découvert dans la pratique et donc il faut faire confiance au dispositif. La seule qu'on a à faire est de permettre la rencontre et que le film soit diffusé dans les meilleures conditions possibles. C'est-à-dire être vraiment au cinéma : être coupé du temps, coupé de l'espace qui permet que, quand tu es ici, tu prends ton petit pied et puis après c'est terminé, quoi. Quand tu regardes un film à la TV, ou à la maison, tu as plus de mal à te couper comme ça. C'est ça la force du dispositif qu'on propose. Après, évidemment que les films sont importants, mais n'oublions pas le dispositif. N'oublions pas que c'est quand même pas mal d'être installés avec un grand écran. C'est pas mal d'être installés face à quelque chose de plus grand que nous et d'être à plusieurs, et que d'être à plusieurs permet de vivre cette chose plus grande que nous. Enfin bon, il y a plein de choses qui parlent bien de ça.

En bref, nous est persuadés de ça, on est des militants de ces questions là qui ont effectivement un peu tendance à être mises de côté. Et pas que par des universitaires : la plupart des critiques de cinéma ne voient les films qu'en projection presse et jamais le film avec un public. Moi, j'ai assisté à des séances dans des multiplexes avec un public populaire et quand vous sortez de la séance, on me demande si le film m'a plu ou pas, je réponds que j'en sais rien et que la seule chose que j'ai vu, c'est une séance vivante, où ça réagit, où il se passe quelque chose. Le film, il est bien ou pas bien, pffff, peu importe, mais je sais que les gens se l'approprient et qu'il se passe quelque chose pendant le moment de la séance. Les journalistes, les professionnels, apprécient peu les films en salles. Combien de directeurs voient des films en salle avec leur public ?

Moi :
Euh...

WB :
Et bien aucun ! Ça veut dire ce que ça veut dire. C'est toujours un peu « les dés sont jetés » quoi. Et la seule chose qu'on regarde, c'est les chiffres. Si les chiffres sont bons, ça va ; si les chiffres sont pas bons, ça va pas.

Moi :
Et c'est le film qui va pas

WB :

Voilà. Et moi j'ai programmé des films qui ont fait très très peu d'entrées, mais les gens en sortant on dit à la caissière que leurs vies étaient changées. Un film peut changer la vie de quelqu'un. Moi j'en suis profondément persuadé. On peut d'un coup comprendre quelque chose qu'on ne comprenait pas, avoir une révélation.

C'est toujours mieux quand il y a du monde ; mais il y a des films, parce que c'est comme ça, qui ne vont pas susciter un fort enthousiasme, et il faut en tenir compte pour ne pas lâcher. Si on est des salles Art & Essai, c'est aussi pour ça : c'est pour maintenir certains films qui vont pas faire beaucoup d'entrées, mais qui seront peut-être très importants pour les gens qui vont venir les voir.

Moi :

Je voudrais juste revenir sur quelque chose que vous disiez au début. Vous disiez que vous n'étiez pas corporatiste, mais ce serait quoi un corporatiste ?

WB :

Les corporatistes seraient ceux qui défendent leurs intérêts.

Moi :

Ce pourrait aussi bien être un multiplexe qu'un généraliste ?

WB :

Oui.

Moi :

Et il y a d'autres militants dans le secteur ? Sont-ils en réseau ?

WB :

Oui. Mais après, pour ce qui est des réseaux... On n'est pas dans un réseau formellement. On a des relations avec d'autres structures. Évidemment qu'il y a d'autres militants. Il y en a un peu partout. On est une génération d'exploitants qui se développe.

Moi :

Je vous demandais ça parce qu'à Lyon, par exemple, il y a le GRAC.

WB :

Oui. Mais après, on n'est pas obligés de s'entendre sur les mêmes choses. Si vous voulez, ceux qui ne comprennent pas aujourd'hui que le cinéma est un lieu, qu'il faut le développer, en faire un lieu de vie, ne pas mésestimer le spectateur... Ils vont mourir. Parce que ça ne tient pas seulement sur la programmation, ça ne tient pas simplement sur « on est les meilleurs ».

Moi :

Bon, par contre je n'ai pas très bien compris ce qu'était l'espèce de groupe de réflexion auquel vous appartenez et dont les travaux sont sur votre site. Qu'est-ce que c'est précisément ?

WB :

Ca c'est lié à des missions confié à l'Alhambra et à deux autres lieux qui sont l'Institut Image à Aix et l'Espace Magnan à Nice où il s'agit de créer un pôle régional d'éducation artistique au cinéma. Il y en a d'autres ailleurs. C'est des missions données il y a déjà depuis une dizaine d'années à des structures déjà existantes (ainsi on n'a pas à créer des bureaux). Il y a déjà des résultats de ce côté-là. Ce travail-là est un travail de réseau qui permet à tous les acteurs de ce type de problématique, qui déborde les salles de cinéma et intéressent aussi par exemple les médiathèques, des associations, des écoles, des centres sociaux, d'échanger leurs expériences, d'être en lien, etc. L'année dernière, on a décidé de travailler sur le thème du lieu de cinéma, c'est-à-dire de voir comment permettre de bonnes conditions pour les séances scolaires, permettre d'avoir un praxinoscope, d'avoir une exposition sur le cinéma... C'est quoi les lieux de cinéma aujourd'hui, comment ils sont pensés, etc. On avait envie de reposer la question du lieu, d'en réaffirmer l'importance et de voir les choses à essayer de faire évoluer, de réfléchir avec des architectes, etc. C'était dans le cadre d'une mission régionale publique (CNC et CG).

Moi :

Mais justement, c'est quoi la position de la région en ce moment ? C'est quoi aussi la position de Marseille ?

WB :

Ce qui est très valorisé de la part de ces collectivités aujourd'hui, c'est une seule chose : l'aide à la production, l'accueil de tournages et, du côté de la diffusion, c'est les festivals. Parce que les festivals sont des événements qui concentrent les projecteurs et les médias. Donc aujourd'hui, toute la bataille à mener quand on travaille dans des lieux permanents comme le nôtre, c'est d'affirmer haut et fort notre complémentarité avec ces actions-là. Si on aide à la production et qu'il n'y a plus de salle... Si on n'aide que des festivals et qu'il n'y a que du prestige et qu'il n'y a plus rien pour le commun des mortels de venir un dimanche après-midi à 17h au cinéma pour 4 euros, il manquera quelque chose. Donc l'idée c'est de se dire qu'aujourd'hui il y a une logique de communication, une logique professionnelle, mais, quelque part, comme le réseau des salles est un réseau disparate – on n'est pas positionnés sur les mêmes choses, on n'est pas tous d'accords voire on est capables de se tirer dans les pattes de manière costaud – on n'est pas suffisamment forts pour exister auprès de ces collectivités et d'avoir des revendications pourtant cruciales. Vous imaginez qu'à Marseille il y avait 100 cinémas ?! On se plaint qu'il y a des problèmes, mais si vous allez dans les quartiers, où sont les lieux de vie possibles ? Où les gens peuvent-ils se retrouver ? Où peuvent-ils passer un moment un peu coupé de tout ? Où est-ce qu'ils sont ces lieux ? Il n'y en a pas ! Y'a l'école, la sortie de l'école et en dehors de ça, s'il n'y a pas de médiathèque, s'il n'y a pas de théâtre, s'il n'y a pas de cinéma, s'il n'y a pas de lieu culturel, il y a quelque cafés encore, mais c'est des cafés donc... À Marseille, il y aurait 6 Alhambra, un par secteur, et bien, ça aurait une autre allure quand même de se poser la question de l'éducation artistique, de faire de

l'éducation au cinéma, de faire en sorte que les gamins puissent avoir accès au cinéma, parce qu'il y a plein plein plein de gamins qui vont jamais au cinéma. Ils vont pas dans les multiplexes non plus. Aujourd'hui, malheureusement, les villes, les collectivités, les régions sont devenues des producteurs, ils aident beaucoup les productions en se disant qu'économiquement et médiatiquement ça fait des retombées et se focalisent trop dessus et sur les festivals. Quand je dis ça, c'est tout le monde. Les journalistes c'est pareil. Ils vont vous parler du festival truc muche qui dure trois jours et qui passe les films que vous passez toute l'année, mais comme c'est un festival, il faut en parler. Aujourd'hui donc le combat est pas simple.

Moi :

Au final il y a combien de salles vraiment à Marseille ? Je n'en ai trouvé que huit.

WB :

Bah, c'est ça. Mais, le problème c'est qu'on dit « il y a pas assez de salles, il y a pas assez de salles ». Mais, d'abord, il faut tenir compte de Marseille-Aix ensemble parce que la plupart des étudiants sont à Aix et qu'il y a plus de salles à Aix. Ensuite, peut-être effectivement qu'il manque des salles, notamment de la concurrence en Art & Essai. L'autre là il est en situation de monopole – vous le savez peut-être mais c'est le même propriétaire que les CNP – d'ailleurs, c'est parce que beaucoup de distributeurs ne veulent plus travailler avec lui que sa programmation devient nécessairement pointue. Mais j'aurais surtout tendance à dire qu'il manque une salle comme l'Alhambra, il en faudrait une autre dans le 14^{ème}, une dans le 12^{ème}...

Moi :

Vous voulez dire quelques autres salles qui soient également orientées Jeune Public ?

WB :

Oui, qui fassent un travail d'action culturelle avec le cinéma : un cinéma généraliste avec un tarif bas et qui, en semaine, fasse un certain nombre de missions et de partenariats, en se disant que le cinéma a un rôle à jouer dans l'éducation des enfants, dans leur ouverture au monde. Tous les jours de l'année, j'ai des séances scolaires, en permanence ! J'ai 10 séances publiques la semaine et 8 séances scolaires. Ca n'arrête pas. Et pourquoi ? Parce qu'il y a un vrai besoin de ça et que les efforts que l'on fait sont là-dessus.

Moi :

Et ces jeunes viennent de quels quartiers ?

WB :

15^{ème} et 16^{ème} arrondissements... 100 000 habitants. C'est plus grand qu'Avignon et dans ce secteur là, il y a rien d'autre. Et dans tout Marseille, il n'y a pas d'autres salles qui fassent l'équivalent de ce travail. Pourtant pour éduquer des publics, le cinéma reste irremplaçable.

Moi :

Ça m'étonne beaucoup parce que ces dispositifs sont pourtant pris en charge par les institutions...

WB :

Pas vraiment, non. Ouais, ils aident, ils disent « vous vous occupez des minots c'est bien », mais il n'y a pas une vraie prise en compte de ce travail, une vraie valorisation, alors que je considère que ce qui se joue ici est fondamental. Bien plus que le fait que la Région ait participé à la production du dernier Audiard, *Un Prophète*, parce qu'il y a une scène de 5 minutes qui se passe dans la région. *Un Prophète* n'a pas besoin de la région PACA, les élèves de ce secteur oui. Mais la région PACA ne parle que de ça alors qu'en plus, par ailleurs, elle a aidé des court-métrages, des documentaires, des films qui sans elle n'auraient pas pu se faire, mais ils ne parlent que de l'Audiard, en se disant que c'est leur film. Chaque année, ils se demandent s'ils ont des films à eux à Cannes, comme si c'étaient leurs films. C'est de l'appropriation, une recherche de visibilité assez folle.

Moi :

J'aimerais complètement changer de sujet et vous demander ce qui vous a amené à faire ce travail là.

WB :

C'est pas hasard. J'ai toujours aimé le cinéma et j'ai jamais travaillé dans le cinéma avant d'arriver ici il y a une dizaine d'années. J'avais une formation de management culturel et après j'ai bossé à mi-temps pour des municipalités de la région parisienne. J'ai bossé trois ans ensuite dans un centre sociculturel d'une banlieue

Annexe 15 : Entretien avec Michel, directeur de la salle *art et essai Le Ciné* à Quiberon (14/04/11)⁷⁶¹

Moi :

Si je souhaitais cet entretien avec vous, c'était pour savoir plusieurs choses. D'une part, ce qui vous a conduit à faire ce travail, mais également savoir ce qui définit l'exploitation cinématographique, ce qui définit la spécificité de ce travail à Quiberon, et, enfin, profiter de votre regard sur les perspectives de cette profession...

Michel :

Plein de bonnes petites questions auxquelles je n'ai malheureusement pas de réponses ! Moi, je vise déjà à tenir jusqu'à la retraite. Après, et bien, on verra bien.

Moi :

Oui, mais pourquoi avez-vous décidé de faire ce travail ?

Michel :

J'en sais rien, moi, ça m'a pris quand j'avais 18 ans. Disons, que ce que j'aime, c'est la salle. Mais, c'est vrai que quand je parle de la salle, je parle de celle de quand j'étais petit ; tu ne l'as pas connue. Je parle là des grandes salles, avec les lever de rideau. C'est vrai que maintenant... à moins que je gagne au loto, je suis pas vraiment équipé comme ça quoi.

Moi :

Ce sont des choses qui n'ont pas disparues il y a si longtemps de ça pourtant

Michel :

pffff disons 25 ans quand même.

Moi :

J'ai cependant le sentiment que les choses se sont accélérées au cours des années 1990. En donnant quelques cours, j'ai déjà vu un fossé entre la perception que j'ai eu du cinéma par mon enfance et celle qu'ont mes étudiants qui n'ont que quelques années d'écart avec moi. Comme si la pratique s'était rationalisée au détriment d'un certain nombre de rituels...

Michel :

C'est vrai que déjà, il n'y a plus de première partie. Bon, ça c'est pas de notre fait à nous, les petits ; c'est les gros qui sont pas là pour glander, mais pour gagner des sous. La première partie, c'est un peu l'opposé de « l'usine » et j'ai eu l'occasion d'aller à des réunions, et les

⁷⁶¹ détail à souligner : l'entretien s'est fait à l'accueil de l'établissement et a été entrecoupé 6 fois par l'intervention de tierce personnes qui demandaient quand est-ce que terminait la séance pour retrouver un des spectateurs ou pour demander le programme. Ces interventions ne figurent pas dans la retranscription suivante parce qu'il s'agissait prioritairement d'insister sur le discours du tenancier. Elles sont néanmoins caractéristiques de l'ambiance qui règne dans le lieu

gens des villes, ils aiment plus ce côté « usine », quoi. On rentre, on paie, on regarde le film, on ferme sa gueule et on s'en va. C'est un peu le but. À part quelques-uns qui font des efforts, je pense par exemple à Europalace. Les autres... Mais bon, ils gagnent plus de sous que nous, alors peut-être qu'ils ont raison...

Moi :

C'est un peu une autre logique économique, où le film n'est plus qu'une sorte de produit d'appel...

Michel :

Pas chez nous. Aux Etats-Unis, peut-être, mais pas en France. C'est vrai, prenez par exemple, en France, on compte en nombre d'entrées, tandis qu'aux Etats-Unis, on parle en bénéfices. Quand on voit leurs résultats, qui sont en dollars, on se dit que c'est peut-être bien, mais ça nous parle pas : on connaît pas le prix d'une place, on peut pas faire la division. Pareil, l'autre jour, il y avait une sortie là-bas, j'ai oublié le film, mais en gros, c'était sur 3800 salles en même temps ; ça a l'air colossal, mais je vois pas comment ça se distribue sur 53 états.

En plus, maintenant qu'il y a la 3D, il y a la majoration 3D, du coup, ça complique encore plus le calcul des bénéfices... Chez nous, c'est plus simple : on compte en entrées, pas en prix.

Tout ça pour dire que je pense que le produit film est respecté. La seule chose est que l'on ne sait plus comment faire.

Moi :

Oui mais justement, ce qui m'est apparu, c'est que le film est très respecté. Il l'est à ce point que l'on tend à oublier tout ce qu'il y a autour et, notamment, la salle. Pareil, il suffit de voir en bibliothèque – y compris universitaire – ou en librairie : il y a très peu d'attention portée sur l'exploitation. À la limite, le peu d'articles dans les revues qui parlent de l'exploitation analysent moins la situation qu'elles ne sont lieu de prises de position quasi morales vis-à-vis de la situation.

Michel :

C'est vrai. Je sais pas pourquoi. Peut-être que tout le monde s'en fout... Non, même pas ; tout le monde s'en fout pas. Il faut dire que l'exploitation cinématographique est un monde très fermé. Alors que c'est vrai qu'on est la dernière roue de la charrette. Et on est de plus en plus isolés dans cette position de dernière roue de la charrette.

Bon, en France, on a pas trop à se plaindre : on a une fédération – la FNCF – qui est assez puissante et qu'on se laisse pas faire. Opposément, il y a une histoire en ce moment aux États-Unis, où les salles sont en train de se fâcher fort avec les studios. Je ne sais pas tous les détails de l'histoire, mais, en gros, les trois plus grosses entreprises d'exploitations se sont rassemblées pour refuser les films des majors qui veulent les diffuser en catch-up au bout de cinq semaines d'exploitations. Du coup, les exploitants, pour une fois, ont entendu le truc et se sont fâchés. Je sais pas comment ça va évoluer, mais, à mon avis, ça va être du boulot cette histoire.

Moi :

ici, on est un peu plus à l'abri de tout ça ?

Michel :

On est plus à l'abri. Les films sont descendus à six mois avant d'être diffusés sur d'autres supports. Ils veulent...d'ailleurs, je sais pas ce qu'ils veulent, d'ailleurs. Les distributeurs sont

pas idiots pourtant ; ils savent que s'il y a pas la salle, ils rentreront pas dans leurs fonds. La stratégie américaine est bien différente, parce qu'elle pense aussi beaucoup à l'exportation, alors que nous, on est encore sur une logique essentiellement basée sur notre territoire.

Mais, en France, vous savez, les distributeurs américains, comme la Warner, sont pas trop chaints ; si ils nous font chier, de toute façon, on les envoie chier.

Moi :

et vous, vous n'avez pas eu de souci notable avec des distributeurs ? Y compris ces distributeurs ?

Michel :

Je pense pas. De toute façon, je cède pas, alors... Même sur des gros films. Quitte à perdre des sous. Je l'ai encore fait l'été dernier, sur un film dont je me souviens pas... *Inception* : en dernière minute, le réalisateur ne voulait pas qu'il soit diffusé en numérique, du coup, je l'ai passé deux séances et après j'ai dit « non ». J'ai perdu un peu de sous. Mais j'étais pas seul à le faire ; un autre collègue – un copain du coin - l'a fait aussi. Enfin, bon, on était que deux !

Ce qui est bien, c'est qu'à la rentrée, MK2 est passé aussi au numérique et CGR aussi. J'avais fait quelques réflexions, par mail, à un journal pro – *Côté cinéma* - qui l'a diffusé. Peut-être que d'autres ont du se dire, « tiens, il a raison lui », je sais pas.

Ils sont chiantes avec le 35mm. Il y a encore eu Woody Allen en novembre qui a fait le coup de pas vouloir de copie numérique. J'attends de voir comment il va faire pépère avec son prochain film, parce que s'il a pas de copie numérique, et bien, il aura pas l'UGC Les Halles, nos petites salles...

Nous, on a commencé, les copains et moi, à se mettre au numérique il y a 4 ans. On pouvait pas encore se permettre – comme l'UGC Les Halles – de ne diffuser que du numérique, parce qu'il ne sortait qu'une grosse dizaine de films en numérique par an. Maintenant, on peut se le permettre. Surtout depuis que les gros s'y sont mis aussi. Gaumont par exemple. D'ailleurs, eux, ils disent rien, ils font leur petit business dans leur coin, un peu comme nous. Ils s'y sont mis en même temps que nous, mais sans rien dire, ils font pas de bruit eux. Alors que les autres, dès qu'ils ont un truc, il faut que tout le monde le sache. J'aime bien Europalace pour ça. Le premier à faire un pataquès, c'est CGR qui a tout rééquipé. Ensuite, il y a eu UGC qui s'y est mis, alors qu'ils étaient complètement contre au début... Nous, la petite bande en Bretagne, on était déjà équipés. C'est ça qu'il y a de marrant avec le cinéma : c'est bien souvent les petits qui font les trucs en premier. Par exemple, quand il y a eu le Dolby Digital, il y a 15 ans, c'était les petits qui ont investi en premier.

Ce qui nous a fait marrer ici, c'est que le CGR de Lorient, mais Vannes aussi, s'est retrouvé encerclé par toutes les petites salles bretonnes – comme à Sarzeau - qui étaient en numérique, du coup, ils ont été obligé d'investir plus vite qu'ils ne le pensaient. Et c'était pareil à l'époque du Dolby Digital : ceux des villes, comme Auray, ils hésitaient et puis ils se sont fait encercler. Mais bon, on est un peu fous les exploitants bretons ! d'ailleurs, il est à noter que ces derniers temps, ce sont les bretons qui investissent en premier les innovations. Imaginez, Pléneuf, Sarzeau, Val André... des bleds, quoi et on était, en l'espace de 3 mois, dans les 30 premières salles équipées en France !

C'est drôle parce que on est toute une bande de Bretagne, alors qu'on n'est pas dans les mêmes circuits. Moi je suis dans le réseau EPIC où on est 14, il y en a d'autres qui sont dans le circuit Eurodiffusion, où il y a les gros de Vannes et de Lorient. D'ailleurs, du coup, vu que les petits étaient déjà en numérique, Eurodiffusion a voulu faire un coup de pression en disant qu'ils ne le donneraient pas de copies ; les petits ont répondu que c'était pas grave et qu'ils allaient rejoindre EPIC. Au final, ils les ont gardé et leur ont passé les copies quand même et ils se sont mis à s'équiper il y a un an et demi à peu près!

C'est hallucinant. Les mecs à Vannes, qui construisent un truc énorme, on s'était dit qu'ils mettraient au moins un projecteur numérique – quand on est dans pareil investissement, on est pas à 80 000 euros près -... et bien, si si, ils l'avaient pas fait ! En gros, quand ça commençait à décoller, il y a 4 ans, ils l'ont pas fait, et ils ont été obligé, il y a 18 mois, de réinvestir. Nous, ça nous fait rigoler. Le milieu du cinéma, il est marrant, parce qu'il y a les gros qui sont les casse couilles du coin – s'ils veulent pas quelque chose, ils peuvent empêcher un distributeur de nous fournir -, mais on arrive à les piéger par plein de trucs. On a eu une belle période pendant 4 ans, parce qu'on avait un peu tout, les distributeurs étaient trop contents qu'on soit équipés quoi. On pouvait avoir tout ce qu'il y avait de disponible et sans débat. Mais maintenant que tout le monde est à peu près équipé, ils font bien attention à rester dans l'ancien système.

Moi :

D'avoir les copies plus vite, est-ce que ça changeait quelque chose au niveau des entrées ici ?

Michel :

J'en suis pas convaincu. La preuve, avec les collègues, depuis trois ans, on est en baisse. Il y a eu qu'une seule année – celle de *Bienvenue chez les Ch'tis* - où ça nous a permis de pas être trop en baisse, tandis que les collègues en 35mm avaient des périodes de creux, le temps d'avoir des copies. Mais c'est moins un problème d'immédiateté qu'un problème de calendrier. Ça vient des films. Pour nous, dans les petites villes, la clientèle a plus de 50 ans (80%) ; alors, de novembre à février, on a pas mal de films art & essai, des films français, genre *Potiche*, qui passent très bien pour ce public, mais quand l'essentiel des productions deviennent ado, nous, on a plus grand chose à montrer. En ce moment, il y a quelques films, ça va encore, mais arrivé le mois de mai, une fois que les éléphants sont passés, c'est quoi ? c'est *Pirate des Caraïbes*, mais la saison estivale a pas commencé, donc pour moi c'est trop tôt alors que dans des grandes villes c'est bien. En juillet, il y a *Harry Potter*, mais c'est pas suffisant... Mais bon, ça c'est des problèmes de petites villes de côte.

C'est un problème que ne rencontrent pas nos collègues de campagne, puisque par chez nous, ce sont comme des banlieues de ville ; du coup, ils ont beaucoup de jeunes que nous n'avons pas. Et, puisqu'ils avaient le numérique, ils avaient les copies très vite.

Vraiment, l'exploitation, à mon avis, dépend beaucoup et change beaucoup d'une région à l'autre. Vraiment, d'une région à l'autre, on n'arrive pas aux mêmes conclusions, parce que tout le monde ne travaille pas pareil. Ici, il y a une grosse différence entre les salles de côte et les salles en terre ; on ne rattrape même plus l'été ! Eux, en revanche, on un travail tout au long de l'année qui est plus intéressant.

Moi :

En gros, vous, ça marche par cycle : l'hiver, ça marche bien, l'été un peu moins et les mi-saisons sont un peu creuses ?

Michel :

Non, pas exactement. Le problème est plus simple que cela : il n'y a que 5000 habitants, du coup, il faut faire une rotation en fonction de ces habitants. Des fois, il n'y a pas de film qui corresponde. Mais ça me permet de décrocher aussi : des fois, il y a pas grand chose, alors je met des films que le samedi et dimanche et hop le reste je me repose. Cette année, j'ai pas à me plaindre, on a eu pas mal de choses déjà. On a eu du produit.

Moi :

Oui ? Mais c'est quoi le « produit » pour vous ?

Michel :

Eh bien, c'est un film pour les... On va être plus sur l'art et essai, films français, ces choses-là. Il y a bien le côté art qu'on essaie de défendre, et puis il y a aussi les grosses sorties, parce qu'il faut bien payer l'électricité. Mon travail, c'est de donner à voir les deux. De toute façon, on n'a pas le choix.

Moi :

et vous n'y voyez pas de contradiction ?

Michel :

le cinéma est fait de tout et pour tous. Aussi bien des choses compliquées que des grands spectacles. C'est un tout et si on ne fait pas ce tout, et bien, on ne fait pas notre métier.

Moi :

Oui, mais comment faire de tout cela une unité ? Vous travaillez sur la salle ? Sur une médiation ? Sur de la programmation ? Comment vous faites pour conjuguer ces deux choses là ? Par exemple, lorsque vous programmez, est-ce que vous vous dites « ça c'est un film de jeudi soir » ? Je vous demande, parce que je ne sais pas comment vous faites.

Michel :

Et bien, moi non plus ! On fait ça un peu machinalement, de manière instinctive.

Moi :

Est-ce que ça se fait aussi avec les contingences de distribution ?

Michel :

Non, on bosse pas avec eux, parce qu'on est un petit circuit. On a un programmeur, à Nantes, qui négocie avec eux. Si on a des demandes spécifiques, on lui demande et il négocie, sinon, il nous propose des trucs et on s'arrange entre nous.

Au contraire, c'est plus souvent nous qui refusons des offres de distributeurs, notamment les sorties nationales. Parce que, quand on nous propose d'avoir les copies en sortie nationale, il faut souvent mettre les films sur trop de séance pour nous ; ça nous intéresse pas.

Regardez par exemple ici, pour les films pour ados, et bien, je dois tourner avec ceux du coin – parfois, pendant les vacances scolaires, il y a les « extérieurs » - et il arrive qu'ils me demandent « et ce film, tu vas le passer ? ». Moi je leur répond « je sais pas ; ça dépend s'ils (les distributeurs) me font hier ou pas » ; s'ils me font chier, ce sera non, ou plus précisément ce sera oui, mais en courant d'air, en quatrième semaine pour faire plaisir aux gamins. C'est qu'avant je pourrais pas, parce qu'il faudrait que je fasse plein pot en première semaine... Mais, quand je fais le tour des gamins, après, je fais quoi, moi ?

Moi :

Donc vous avez quand même des gens qui vous demande des films. Ca arrive souvent ?

Michel :

Bah, on est quand même une toute petite ville, alors oui ça arrive souvent.

Moi :

Donc je suppose aussi que vous avez souvent des retours ?

Michel :

Bah oui, souvent. Vous savez, ici, tout le monde se connaît. Alors oui, ils arlent ou ils me parlent et me demandent « tu vas le repasser ? ». En général, je sais pas trop d'ailleurs, mais je réfléchis souvent à la question parce qu'avec le numérique, cette question se pose : vue que c'est dans la machine, on l'a le film, donc on s'en fout, on peut le passer un peu au nez comme ça. Bon, 'faut pas oublier la question des clefs d'accès, ça c'est quand même une organisation, mais c'est quand même pas comparable.

Oui, donc on travaille un peu comme on veut. Nous, les petits exploitants, on connaît notre territoire, donc on sait où on met es pieds. En ville, ils s'en foutent, ils prennent tout. Sur le nombre, il y aura toujours une cible. Bon, c'est les gros succès, ça on peut pas vraiment prévoir à l'avance ; et puis les Harry Potter, et bien, quand ça sera fini, il n'y en aura plus, hein. Enfin, bon, il y aura toujours un truc quand même.

Si vous voulez, pour nous, le système est simple : on sait ce qui sort ; une fois que le programmeur connaît le plan de sortie, et bien, des fois, il nous arrange des coups. Il prend plusieurs copies, ou des packages et nous demande lequel on veut. On mutualise, en première semaine, on sort chacun un film et la semaine suivante tout le monde peut avoir toutes les copies qu'il faut. Imaginez ce que c'était avec les bandes avant : moi je les passait deux jours, puis un autre deux autres jours, fallait transporter tout ça, décharger et recharger la bobine... là, on n'a vraiment plus qu'à programmer : c'est vraiment un gros soulagement le numérique pour la programmation. Et, maintenant qu'il y a l'art et essai en numérique, ça nous facilite encore plus la tâche pour l'art et essai. On se complique moins la vie, on peut les diffuser plus longtemps. Ça nous allège la question du jour de diffusion : il n'y a plus de débat du type « tiens, je vais le passer dimanche » « rhô tu m'emmerdes, je voulais le passer aussi ce jour là ». il y a toujours des collègues qui sont à trois sur la même semaine, parce qu'ils sont toujours au 35mm, il y a Arzon, etc. Bon, ben, pendant les vacances, s'ils veulent diffuser les gros trucs pendant les 15 joutes, et bien il faut passer deux jours l'un deux jours l'autre, deux jours le troisième, etc.

Moi :

Mais, ça doit pas faire très longtemps que ça s'est franchement facilité sur l'art et essai, non ?

Michel :

Ca doit faire depuis septembre-octobre (2010), depuis que MK2 et d'autres sont passés en numérique. Avant, ils se faisaient un peu tirer les oreilles. Du coup, quand il y a eu le numérique, on a pu avoir plein de films, y compris des trucs un peu bizarre, comme « la petite chambre », qu'on a eu parce que la salle à Nantes le passait ; et bien, au fond on n'était que 30 salles en France à le passer.

Vraiment, pour les petites salles, c'est nettement mieux les multiplexes parce que c'est très économique : pas de problème de transport. Mais, il ne faut pas oublier le coût de maintenance des machines (2500 euros / an) ; alors qu'avant, c'était mécanique, un petit coup de marteau et ça repartait hein.

Moi :

J'ai une autre question, surtout au vu de tout ce qui a été dit jusque là : avez-vous des concurrents ? Dans le sens de concurrent direct.

Michel :

Non. Et même en ville y a pas de concurrence, parce qu'ils font la même chose.

Moi :

justement, ils sont comparables, donc en concurrence, non ?

Michel :

Non, parce que c'est le même type d'infrastructure, le même matériel, les mêmes films... À la limite, la différence serait dans la tête de la caissière qui reviendrait pas à quelqu'un... J'ai jamais vraiment vu de bataille d'exploitant. Bon, même si ici comme ailleurs, il y a de vraies têtes de con, hein. Franchement, en province...non, ici, c'est franchement solidaire. Un type qui arrive, on va l'aider, on va pas l'enfoncer. C'est vraiment un métier de passionnés chez les petits exploitants – enfin, il y a aussi certains gros qui sont passionnés par ce qu'il s font -.

Moi :

donc, la seule concurrence serait...à Rennes ?

Michel :

Mais même pas, même plus. Avant, si vous voulez, la concurrence entre les circuits était dans le catalogue de films : un mec qui avait « Bienvenue chez les Ch'tis », et bien l'autre l'avait pas ! Mais là, on peut tous l'avoir, à un moment ou un autre. Pour survivre, on se battait avec ses convictions, ses choix... Aujourd'hui, il y a moins de coup de poker : si on se plante, souvent l'autre s'est planté aussi. Tout ça s'est fini depuis un peu avant les multiplexes ; les indépendants des petites villes ont souvent le monopole, ou bien il y a un cinéma art et essai, mais aps de raison de se bouffer.

Moi :

et sinon, je me pose des questions quant aux relations entre le cinéma et la localité. À votre avis, quelle est la place qu'a votre cinéma Quiberon ? Est-elle reconnue, voire soutenue, par la mairie ?

Michel :

Ils ont mis du temps, mais maintenant oui. Quant à la place dans la ville, vous savez, il faudrait venir en hiver pour voir... Des fois, je commence la séance en retard, parce que dans la salle ça papote dans tous les sens et puis ça va, on n'est pas pressés, on a deux minutes... Alors oui, il y a un lien de fidélité dans une petite ville.

Prenez, par exemple, le dimanche après midi, les retraités, et bien il y a plein de petites bandes, des fois des copines sans leurs maris... faut le vivre, ça...des fois, y en a qui arrivent en caisse, pas besoin de me dire ce qu'ils viennent voir ; je sais ! Ils viennent en bande, ils se sentent chez eux parce que je suis un peu leur cinéma. Ça fait partie de leur sortie : après ils vont chez eux, ou alors aller boire un coup. Je sais par exemple qu'il y a des horaires qui vont bien et d'autres qui vont pas ; par exemple, 17h c'est bien, mais 17h30 c'est moins bien parce que ça met un frein à l'apéro quoi. Et puis, on va pas imposer aux gens des horaires qui leur conviennent pas ; et puis, moi, comme ça, je finis tôt et je peux faire des trucs derrière. Donc on a tous des trucs derrière ; on vit notre truc de petite ville. L'été c'est un peu différent, mais l'hiver c'est le ciné à 17h et l'apéro à 19h ! Y a des fois où j'ai rien pour eux, alors ils arrivent le dimanche, je me fais disputer, mais bon « je suis désolé, j'ai rien pour vous quoi ».

Bon et puis j'ai aussi d'autres choses à faire. Avec la mairie on fait des séances pour les jeunes.

Moi :

D'ailleurs, en parlant de municipalité, j'ai cru comprendre que, depuis toujours, les municipalités ont été très importantes pour le développement des cinémas...

Michel :
...dans les petites villes, ouais...

Moi :
...mais les grandes villes aussi, prenons Lyon par exemple...

Michel :
Oui, alors là c'est une affaire compliquée que j'ai suivi de loin ça...entre Moravioff et UGC...

Moi :
D'ailleurs il est difficile de comprendre leur stratégie à UGC, ils ne sont pas très...

Michel :
...ah oui, ça, pour « être pas très », ils « sont pas très », c'est des gros cons oui. C'est ce que je te dis depuis tout à l'heure, il y a ceux qu'on n'entend pas, mais qui sont bosseurs, efficaces, malis, du type Europalace, et qui, par ailleurs, défendent les plus petites exploitations...L'autre là, il fait chier tout le monde : il achète des trucs en Angleterre et puis il les revend...enfin bon, c'est une machine à fric alors qu'originellement c'était un réseau de petits exploitants de la région parisienne.

Moi :
bon et pour revenir avec la mairie, que faites vous ?

Michel :
et bien, on fait des petites choses, pour bouger un peu les trucs, mais on n'est pas les premiers, hein, d'autres l'ont fait avant nous. On fait des séances pour les ados, des projections à tarif réduit (les enfants à eux euros) pour des séances en famille... Mais ça, beaucoup de petites villes le font, parce que ça fait partie de la vie de la communauté. C'est un truc qu'on peut faire parce qu'on est une petite ville, ça fait plaisir à tout le monde, mais on n'est que 5000 habitants.
Le conseil général aide au financement de semaines à tarifs réduits dans les campagnes. Mais ça, vous le trouvez dans la plupart des petites villes.

Moi :
D'accord, mais est-ce qu'il y a un travail de fond sur le jeune public par exemple, avec les écoles ?

Michel :
Ouais bof...Vous savez, il y a beaucoup de dispositifs, mais après, ça dépend des directeurs d'école : y en a qui est pour, on voit les mêmes, y'en a un qui est contre, et d'un seul coup on les voit plus... Au départ, il y avait un suivi possible, mais c'est trop à la diligence des chefs d'établissement. On prend comme ça vient, c'est vraiment compliqué et chiant tout ça.

Moi :
Mais vous sentez qu'il existe encore un jeune public aujourd'hui ? Je veux dire, un public qui aime ou peut aimer le cinéma ?

Michel :

Oui. Ils ont beau être obsédés par Internet, etc., il y encore un attrait. Ce qui est notable, c'est qu'il y a beaucoup les grand-parents qui les amènent, qui leur fait leur éducation...cinématographique ! Mais il y a aussi pas mal de parents, hein ; ça a disparu un temps, mais ça revient. Bon, après, c'est pas la majorité ; il y en a pas mal qui s'en foutent. Il y a eu une rupture en 1986, avec le développement des magnétoscope, des vidéos. Il y a eu un gros creux pendant 4-5ans, puis ça a remonté et fait son petit bonhomme de chemin depuis. Bon, après, ici, c'est très dur de vérifier, parce qu'on n'a pas forcément les bons trucs au bon moment, quand il y a le plus de monde. Il suffit qu'une année on ai les bons films au bon moment et là on voit beaucoup de familles. Là, c'est pas un bon début d'année : on a des bons trucs quand il y a 5000 habitants, et puis on n'a pas de bons trucs quand on a trois fois plus d'habitants. Depuis quelques étés, franchement, on n'a pas beaucoup de bons trucs. Pour donner un exemple : HarryPotter, en novembre ça fait 250 entrées ; en été je prévois 5 séances !

Moi :

Et vos panneaux là « ne mettez pas les chaussures sur les sièges », « essayez vos pieds avant la salle », etc.

Michel :

Oui, ça c'est parce que je m'énerve. J'aurais une femme de ménage je serais peut-être moins sourcilleux.

Moi :

Ah. Parce que je me demandais s'il n'y avait pas un changement de comportement dans les salles de cinéma.

Michel :

Non, c'est plus bête que ça. J'en parlais justement avec les copains il y a pas très longtemps. Nous, on s'est habitué à un cinéma qui n'est pas si populaire que ça, avec un public d'habitues et plutôt dans une logique de grand respect au cinéma ; du coup, on a perdu l'habitude des rapports avec le public populaire. Mais, d'un autre côté, ça fait rentrer des sous.

Bon, et puis c'est que ceux qui me connaissent pas qui jouent aux kékés ; les autres font attention. D'ailleurs, quand il y a un con, en général, les habitués attendent, et puis, pour leur faire plaisir, et bien, j'explose quoi, ça fait partie du folklore. On rigole bien avec ça.

Après il faut comprendre que je suis d'abord un technicien. Je gère aussi l'administratif. Alors la caisse, le rapport au public n'est pas ma grande spécialité ; on apprend au fil du temps.

Mais cette séparation des métiers, entre caisse, projectionniste, ouvreurs, a commencé à disparaître au milieu des années 1970, quand les cinémas se sont modernisés.

D'ailleurs, pour montrer comment ils sont cons à UGC. Quand il s'agissait de dire que le numérique n'était pas une bonne chose, ils argumentaient que cela allait générer des licenciements. Mais licencier quoi ? Les projectionnistes sont déjà au moins en contrôle...D'ailleurs, Europalace avait répondu qu'ils ne licencieraient pas à ce poste, puisqu'il n'est pas pourvu. Ça fait longtemps que le métier n'est pas uniquement technique.

Par contre, on est très dépendants : si il arrive une panne technique, on est comme des cons. C'est la maintenance sur Internet qui gère... Même si on a une formation, pour moi, c'est pas évident.

En revanche, ça va peut-être rendre les gens plus disponibles pour le public. Bon, y en a plein qui pensent que ça sert à rien et que l'essentiel c'est que le public paie et qu'il rentre. Mais bon, le cinéma de petite province est quand même beaucoup plus proche des gens.

Moi :

d'ailleurs, j'avais une question à vous poser, à propos d'une figure : celle de l'indépendant. On dit souvent « il faut sauver le cinéma indépendant »...

Michel :

là, ils parlent des films. Les salles indépendantes, c'est les salles comme moi : on est seuls, on est libres et le seul patron, c'est le CNC... et les impôts !

Moi :

Une dernière question, pour avoir votre expertise. Je m'interrogeais sur l'efficacité des fonds de soutien pour les salles art et essai. Je me demandais notamment si ça ne poussait pas à programmer qu'une dimension réduite du cinéma. Peut-être surtout en métropoles.

Michel :

Non. Parce que c'est un choix que l'on fait. C'est un choix difficile l'art et essai, parce que c'est des films qui ne marchent pas très bien. Mais si on n'avait pas ce dispositif, ces films ne passeraient jamais. Et puis ça aide beaucoup les cinémas de petites villes comme moi. Et puis, il y a des films de grosses cavaleries qui ne marchent pas mieux que l'art et essai. Du coup, sans cela, ça ferait longtemps qu'on seraient fermés.

Ca permet de défendre une conception du cinéma sans avoir obligatoirement à faire beaucoup d'entrées d'argent. Ce système est vraiment indispensable.

Mais, après, en ville, c'est plus compliqué. Par exemple, les films étrangers, pour être classés « art et essai » doivent être diffusés en V.O. alors que chez nous, on peut les passer en V.F. Parce qu'on a un public restreint, on a des tolérances qu'eux n'ont pas. D'ailleurs, le truc chiant, c'est que les circuits, maintenant, les passent aussi en V.O., du coup ça bouffe la spécificité et le travail des petits. Ca, en revanche, c'est pas logique. Enfin... Ils le font sans demander le classement : c'est juste pour faire chier le monde. Pour capter le public pour pas qu'il bouge de chez eux. J'ai des collègues, faut imaginer, qui n'ont même plus les films art et essai en V.O. les premières semaines parce que ce sont les multiplexes qui les ont ! C'est impossible, dans ce cas de figure, de s'en sortir sans les aides art et essai.

Et puis, avec le numérique, il y a un autre problème. Beaucoup de salles ont été financées par des VPF (Frais de copie virtuelle) et ça complique tout. Nous, on s'en sort bien, parce qu'on ne demande pas de VPF, du coup, vu qu'on ne demande rien, les distributeurs nous proposent tout. Alors que si on les demandait, on sait qu'on aurait les films plus tard : ils nous les passeraient en troisième semaine, parce que ça se comprend qu'on ne fait pas assez d'entrées pour justifier qu'ils paient 700 euros par film qu'on diffuse. Alors, tout ça, je ne sais pas comment ça va finir, parce qu'il y a une loi qui est passée et qui rend les VPF obligatoires.

Donc, vu qu'on n'est pas « macqués » avec un collecteur de fonds, ça va, on s'en fout. Mais je vois, par exemple, ma collègue de Carnac, qui est « macquée »... bah, quand on discutait, je lui disais de passer « les femmes du 6^e étage » qui marche bien, mais elle ne pouvait pas le passer, elle devait attendre qu'un créneau se libère. Je lui ai rien dit, je me disais juste « tiens, c'est bien fait pour ta gueule », mais bon... Elle aime trop les sous. Et quand on aime trop les sous, on a souvent tendance à faire des conneries. À quoi ça sert d'aimer les sous pour les sous ? Les sous, on est bien obligé de l'aimer parce qu'on en a besoin, mais l'argent pour l'argent tend à faire faire des bêtises.

Franchement, avec tous les déplacements d'argent pour le numérique, j'ai fait le calcul : on me donnait des sous, mais il fallait que j'en rende pour un autre truc, enfin, bon c'est compliqué, quoi. Et j'ai calculé que si je faisais ça tout seul, ça ne me coûtait que 200 euros de plus tous les mois, alors, je suis pas très riche, mais je me disais que « l'indépendance ça vaut bien 200 euros ». en plus, quand on a fait ce calcul il y a 3 ans, ça nous offrait beaucoup

de liberté le numérique. Et on tous fait notre petit trou dans notre coin, du coup on est tranquilles et indépendants, parce qu'il y a personne qui nous donne de l'argent.

Mais il n'empêche que je ne sais pas ce que ça va devenir le cinéma. Et puis, franchement, ils font n'importe quoi avec la 3D, du coup c'est pas là dessus qu'il faut tabler. Parce que, ce qu'il faut, c'est des films qui intéressent les gens. Et, à partir de là, ça tourne quoi. Il suffit de regarder : dès qu'il y a des trucs qui plaisent, ça marche. Sur un point, je suis rassuré : plus il y aura des télévisions, plus il y aura de chaînes, et plus ils viendront au cinéma. Comme on dit : trop, c'est trop. Et puis, il y aura toujours ce truc « tiens, y a bon film, bon ben on va en profiter pour sortir ». Y a des gens qui étaient pas sortis depuis longtemps et puis, avec des copains, ils reviennent. Alors, c'est vrai que nous on a plein de vieux, donc ils ne sortent pas parce qu'ils ont trop mal aux jambes ou au dos... Mais c'est vraiment un lieu de vie ici parce qu'on est dans une petite ville, où tout le monde connaît tout le monde. Et c'est vrai que quand on regarde ça de Lyon ou de Marseille, bah, évidemment, on peut pas se rendre compte !

Bon, en ville, la différence aussi, c'est qu'ils sont très à cheval sur l'heure. Moi, je ne lance le film que quand tout le monde est entré. Tant pis si ça fait des retards. Même des copains qui ont des plus gros établissements le font. Et puis, en hiver, le pire, c'est que des fois on discute et on se dit « merde ! la séance ! », mais bon, dans la salle, ils font pareil, donc on s'inquiète pas. C'est le côté sympa ici. Et puis, il y a beaucoup de parisiens, de gens des grandes villes qui aiment bien venir ici quand ils sont en vacances parce que c'est plus sympa que les « usines » comme ils disent. Mais bon, ce sont ces « usines » qui marchent bien et qui font que les chiffres d'entrées sont en hausse.

Annexe 16 : Entretien avec Antoine Glémain, exploitant de cinéma et président de l'association Atmosphère 53. Cannes (17/05/11)

Moi :

quel est votre parcours ? Quelles sont, selon vous, les conditions actuelles pour faire un travail d'exploitant et associatif ? Quelles sont les grandes problématiques que vous avez vu depuis quelques années maintenant (notamment le passage au numérique, dont vous avez organisé un colloque) et, peut-être les perspectives stratégiques possibles ? Voilà en gros, les questions que je souhaiterais traiter avec vous aujourd'hui.

Antoine Glémain :

Bon, je crains n'être pas plus malin que d'autres à ce sujet. Mais, c'est un très bon exercice que vous me proposez ! Le paradoxe, c'est que je suis exploitant de salle depuis très peu de temps, puisque je le suis depuis septembre dernier (2010), et donc je débarque dans la profession à un moment un peu bizarre. Le problème, c'est de savoir par où commencer...

Moi :

Qu'est-ce qui vous a amené là ?

Antoine Glémain :

oui, je vais d'abord me présenter. Et puis, n'hésitez pas à me poser des questions à vous, me couper, hein, parce que c'est ça qui est intéressant. Bon, j'ai toujours aimé le cinéma. Mon père s'occupait d'une salle paroissiale ; il était prof, mais à ses moments perdus, il s'occupait d'une salle. Quand j'étais tout petit j'adorais ça. Après, un peu plus grand, et bien, Godard, la cinémathèque, j'ai un peu baigné là dedans. À l'époque, c'était pas vraiment enseigné tout ça, c'était dans les marges ; c'était un passe temps, pas beaucoup plus que ça.

J'ai fait des études de philo. J'ai été prof de philo, pendant 30 ans. J'ai toujours aimé ça, j'aime toujours ça : j'aime la philo, j'aime enseigner, même si je n'ai plus du tout de temps pour ça. C'est d'ailleurs le hasard d'une nomination qui m'a conduit à Mayenne et, vue que ma femme a fait sa place dans le privé, j'y suis resté. Tout ça pour dire que le cinéma, j'y suis beaucoup allé pendant mes études et puis beaucoup moins arrivé à Mayenne : il y avait le travail, les enfants... J'ai laissé de côté le cinéma, j'y allais que de temps en temps. Et puis j'y suis retourné activement dans les années 1980. Je participais également à l'activité de cinéclub dans le lycée.

Ce qui a été le déclencheur de tout ça, à Mayenne, c'est une histoire de salle de cinéma. Je vais partir de loin, mais vous allez comprendre. Si on reprend l'histoire du cinéma en Mayenne, un peu comme partout, c'était une attraction foraine au départ et les premières salles se sont créées autour de 1914. Après, il y a eu des salles partout en Mayenne, y compris dans des toutes petites communes et ce, jusque dans les années 1970, où il y avait, en Mayenne deux salles – une laïque et une catho. Quand je suis arrivé en Mayenne, ça devait être plus ou moins ça, même si je dois avouer ne pas y avoir fait très attention à l'époque. Arrivés à la fin des années 1980, toutes ces petites salles avaient fermé – à cause notamment

de la télévision -, mais il est à noter que ce mouvement a été plus tardif en Mayenne qu'ailleurs. Toujours est-il qu'à cette époque, la seule salle qui restait à Mayenne allait fermer, faute de spectateurs. Le sous-préfet à l'époque, qui n'y connaissait rien en cinéma, a eu la bonne idée de dire que, plutôt que de laisser fermer la salle, - les élus s'en foutaient complètement à l'époque, hein -, et plutôt que d'injecter de l'argent public, il a proposé de faire un tour de table pour voir si, par hasard, il y avait des gens qui avaient un projet qui viserait à relancer cette salle. Il y a eu très peu d'élus, quelques chefs d'entreprise et quelques « militants » qui ont décidé de faire quelque chose. Parmi ces « militants », il y avait le prof qui organisait le cinéclub dans le lycée où je travaillais, et quelques personnes qui avaient déjà eu l'initiative de faire quelques microfestivals. Ils ont défini un projet qui était... qui était ce qu'il était. Ils n'ont pas voulu reprendre la salle – à cette époque, des gens en Bretagne ou à Angers ont, quant à eux, eu l'idée de reprendre des salles et il est à noter qu'aujourd'hui ce sont les chefs de file des salles art et essai.

Ce projet était articulé sur trois idées. D'une part, il s'agissait de travailler sur le plan scolaire. Il faut comprendre qu'on ignorait tout ce qui se passait sur le plan national ; les dispositifs comme « collègue au cinéma » se développaient, mais nous étions trop isolés pour le savoir. Du reste, le prof qui était là était très pédagogue et a mis en place un dispositif qui s'appelait « Cinécole » : il s'agissait d'un partenariat avec les collèges et écoles de Mayenne, avec comme objectif principal une médiation qui s'appuie et valorise la salle. Ca c'est le premier volet – et le plus fort – du projet.

L'autre idée, c'était « Cinépassion », qui est un ensemble de projection art et essai pour le public – puisque la salle, à ce sujet ne faisait absolument rien. Bon, mais au début, c'était pas grand chose : une séance par mois. Notre idée était de toucher un public plus large. Pareil, on ignorait tout ce qui se faisait ailleurs, et notamment le grand soutien au développement des salles art et essai soutenu par Lang. Mais on n'était pas des radicaux art et essai ; l'idée principale était que pour que les profs fassent un travail intéressant, il fallait qu'ils voient des films, ce qui impliquait que ce type de séance soit ouvert au public.

Le troisième volet était un peu plus intuitif. Nous remarquions que la population de la Mayenne était vieillissante ; il fallait donc faire des séances destinées aux « vieux » quoi. Ca s'appelait « CinéVermeil ». Pareil des séances une fois par mois, moins chères, destinées pour ce public là.

Et, en fait, de ces trois volets, ce qui a tout de suite très bien marché, c'est le volet scolaire. Et c'est par ce biais que je me suis approché de cette association. Mais cette réussite a surpris tout le monde, l'exploitante de la salle la première. Elle a jamais vraiment compris ce qui se passait, mais elle n'était pas non plus très intéressée par tout ça. Elle tirait bénéfice de tout ça, mais il n'y avait pas vraiment un grand partenariat. C'était vraiment une exploitante traditionnelle, commerciale au sens le plus obtus du terme. Nous n'étions qu'une opportunité pour ne pas fermer la salle.

Bon, ça marchait bien. Mais l'association ne marchait que sur des bénévoles et un professeur détaché de l'éducation nationale (et encore, pas de manière officielle) ; de plus, on manquait réellement de moyens. Bon, et puis notre projet était uen sorte d'expérimentation, un petit laboratoire dans une petite région. Pour trouver de l'argent, à cette époque, le seul partenaire possible était le Conseil Général. Ca a été suivi par un élu, qui était motivé pour des raisons qui étaient ce qu'elles étaient, qui a posé comme condition que notre projet soit de niveau départemental. L'association Atmosphère a eu une grosse discussion en interne parce que nous avons besoin de cet argent, mais certains voulaient rester sur la pratique que nous avons développé les dernières années. C'est à partir de là que je me suis d'avantage occupé de l'association, à la demande de certains. J'ai été séduit par tout ça, parce que je pensais, encore une fois à tort ou à raison, qu'il fallait mener un projet départemental. Ca tombait bien,

parce que Mayenne reste un département assez réduit. On a donc élaboré un projet qui a été globalement accepté par le Conseil Général et qui a permis de transformer l'association en Atmosphère 53 en 1995-1996. C'est un peu long ce que je vous dit, mais ça permet de comprendre ce qui se passe aujourd'hui.

Moi :

Non, mais c'est très bien. J'en profite justement pour vous dire que j'aimerais, un peu plus tard qu'on approche un peu plus la question des rapports avec les institutions.

Antoine Glémain :

Très bien. Et bien justement, à cette époque, en interne comme avec le Conseil Général, il y a eu des discussions très vives quant aux objectifs et aux moyens vis à vis d'un projet d'ampleur départementale. Le projet que j'ai proposé s'articulait autour d'un festival, « les reflets du cinéma », qui est, au fond, une reprise des microfestivals et des semaines à thème qu'on avait déjà développé ; il s'agissait de vendre au Conseil une vitrine, un travail continu – et qui, à l'époque, ne les intéressaient pas beaucoup d'ailleurs ! Ca permettait de travailler le partenariat avec les salles, puisqu'il y en avait dix qui étaient associées à ce projet.

L'autre modification a été l'adhésion au dispositif « collègue au cinéma ». Mais je visais à conserver notre spécificité, notre expérience. Cependant, ce qui s'est passé, c'est que, parce que les collègues dépendent administrativement du Conseil, ce dernier s'est accaparé l'organisation de ces séances au mépris de l'expérience qu'avait déjà l'association. Donc ils ont repris cela en main, en laissant une toute petite place à l'expérience d'Atmosphère.

Moi :

C'est vrai que ce sont des questions pourtant très importantes, parce que, jusqu'à présent, c'était vous qui choisissiez les films diffusés au jeune public.

Antoine Glémain :

Voilà ! Du coup, c'est vrai qu'on a eu une perte avec « Collège au cinéma », mais l'avantage résidait dans le fait que l'on rentre dans un dispositif national. C'est vrai que, sincèrement, ça a désormais des côtés bien moins intéressants que ce qui était développé par les profs, mais il s'agit d'un calcul politique que j'ai fait passé au sein de l'association.

Moi :

Mais quel était votre avantage ?

Antoine Glémain :

Et bien, l'argent du département. Mais, si nous étions dépossédés de ce dispositif, ça nous a permis d'envisager un autre travail sur les enfants. Déjà, au niveau des écoles, nous avons le champ libre puisque le Conseil Général s'en foutait, donc on s'en occupait intégralement et idem pour les lycées.

Moi :

C'est juste les collègues donc qui étaient inscrits dans le dispositif national ?

Antoine Glémain :

Oui. Et, en même temps, ils ne voyaient pas non plus d'un très bon œil ce qu'on faisait avec les écoles, parce que ça, ils ne le finançaient pas. À ce titre, nous avons d'ailleurs réussi à obtenir des financements de la région – qui a d'ailleurs beaucoup plus accepté nos conditions.

Nous avons déjà un peu d'expérience et l'objectif était aussi de faire reconnaître l'ensemble de nos activités.

Mais le gros travail, pour les écoles, a été dans la négociation avec les communautés de communes : on leur demandait principalement de financer les transports, parce que c'est de ça dont on avait le plus besoin pour que les écoles aillent au cinéma. Elles ont quasiment toutes accepté, mais ça a été un gros travail de leur faire accepter.

Après coup, le Conseil Général a trouvé ça intéressant parce que ça a permis de faire mieux fonctionner les petites salles.

C'est un peu bête ce qui s'est passé. Parce que la séparation des dispositifs a terriblement cloisonné les choses et a empêché des actions transversales.

Moi :

Ne serait-ce pas le cas pour tous les dispositifs pédagogiques du cinéma ?

Antoine Glémain :

Oui oui, c'est vraiment cloisonné. Il n'y a que quelques salles ou des festivals qui ont des initiatives intéressantes. Il faut dire que c'est pas facile ; l'éducation est structurée de telle façon qu'il y a nécessairement des clivages administratifs... Mais on a essayé de décroisonner, notamment avec le festival.

Pour ce qui est de l'art et essai, nous n'avons fait que développer ce qui a déjà été fait. Bon, et pour ce qui est de « cinévermeil », et bien, on a déjà changé le nom qui était très chargé ; ça continue encore aujourd'hui, ça marche bien. Au fond, ce qui était intéressant était de prendre en compte la question des publics et ça nous a conduit à faire d'autres initiatives avec d'autres publics. En gros, nous travaillons une logique où l'entrée est moins artistique que territoriale : on travaillait à partir des publics, des associations existantes... Tout cela n'empêche pas du tout de maintenir des exigences artistiques. Tout ça est bien passé.

Pour revenir sur le Conseil Général, il faut comprendre qu'ils étaient très partagés. Certes, cela se passait à un moment où ils voulaient développer une politique culturelle : bibliothèque, la musique...

Moi :

En musique, ils valorisaient plutôt les concerts ou la pratique ?

Antoine Glémain :

La pratique, en développant des écoles de musique. Mais, ce qui était troublant pour eux vis-à-vis du cinéma, c'est que les problématiques venaient d'une association, c'est-à-dire pas d'eux. En plus, ils étaient très méfiants des opinions politiques des membres de l'association : pour eux, c'étaient des « gauchistes »... Bon, ça avait peu de rapports avec la réalité et avec la problématique, mais bon. Ils ont mis beaucoup de temps pour comprendre ce qui se passait et pour nous faire confiance. Du coup, « collège au cinéma » est apparu comme un gage pour eux. Et finalement, avec le temps, ils sont plutôt emmerdés d'avoir à gérer ce dispositif. Et puis, depuis, il y a la DRAC, le CNC qui sont associés dans ces histoires...

Tout ça pour dire qu'on n'est vraiment pas partis d'une démarche institutionnelle, mais vraiment associative bénévole. Et, avec le recul, c'est passé, et parfois même au-delà du raisonnable. On n'a pas été reconnu au moment où on avait besoin de l'être et en fait... comment dire ? Il y a eu un autre moment charnière, en 2000, où l'association a failli disparaître. Il faut dire que je m'occupais de tout ça en bénévole – après la première et seule année où j'étais missionné par le Conseil Général. On avait passé par la bande mon mi-temps pour gérer l'association. En fait, le rectorat avait négocié avec le Conseil Général pour prolonger mon mi-temps ; mais c'était bidon, parce que je ne travaillais déjà plus pour

l'éducation nationale. Et en 2000, suites aux déclarations d'Arthuis, le sénateur, disant « oui, mais y en a marre des profs qui sont même pas dans leurs classes » et il ne s'était pas rendu compte que moi j'étais alors en plein crible. Donc, à un moment donné, l'Éducation Nationale a dit « stop ! on ne vous finance plus ». Donc l'aventure a failli s'arrêter là ; je recommençais à être prof et tout.

Cependant, il y a eu une mobilisation publique assez forte, des pétitions... principalement par les adhérents. Mais, à mon avis, cette mobilisation par le bas n'aurait peut-être rien donné. Cela a aussi coïncidé avec une autre histoire. Il y a eu un changement politique, et Lang est revenu au Ministère de la Culture et il a pris en tant que conseiller en cinéma Alain Bergala, qui est quelqu'un que l'on connaissait, qui connaissait notre travail et nous a alors défendu. Du coup, un des premiers trucs qu'il a fait, arrivé à son poste, a été de prendre son téléphone, d'appeler le rectorat et de dire « attendez là, c'est pas possible cette situation, il faut que vous fassiez quelque chose ». Du coup, le rectorat a accepté de prendre en charge mon poste un temps, à condition que le Conseil Général prenne la suite. Et c'est ce qui s'est passé. Même ça a été banco, parce que le Conseil Général a même décidé de financer un poste complet de directeur. Ça a été un basculement radical.

Dans cette période de 2000 à aujourd'hui, on a continué ce qu'on faisait et on a eu plus de moyens pour se développer. Une vraie professionnalisation, puisque l'on est même cinq salariés aujourd'hui. Cette reconnaissance m'a permis d'essayer de trouver des financements de la part du CNC, de la DARC, de la Région...

Je sentais cependant qu'on arrivait au bout de ce projet là. Il fallait préparer une nouvelle séquence, compte tenu des changements au sein de l'association aussi bien qu'au niveau du paysage départemental. Après, c'est dans mon état d'esprit d'être un peu tête chercheuse et de voir des pistes de développement. À ce titre, il y a deux choses qui se sont conjointes. D'une part, la question des salles de cinéma : il y avait une frustration à élaborer des projets pédagogiques et culturels, sans avoir de levier économique et de devoir négocier avec des exploitants qui n'étaient pas nécessairement conciliants. Si on avait une plus grande reconnaissance, on devenait également dangereusement dépendants des subventions publiques. On sentait qu'il y allait avoir un problème sur notre financement. D'autre part, il fallait qu'on maîtrise mieux les outils. Ainsi, il nous est apparu manifeste qu'il fallait que l'on gère nos propres salles si on voulait continuer à exister en Mayenne.

On a cru que ça allait d'abord pu pouvoir se faire à Laval. Parce qu'à Laval, il y avait un multiplexe qui allait ouvrir, mais que deux établissements qui ont fermé au début des années 2000. On savait que l'un des deux allait être réhabilité en théâtre, mais l'autre, on a pensé que c'était jouable de défendre une salle art et essai. Ça a été très loin, puisque ça s'est fait dans un contexte de campagne électorale. D'Aubert, qui était candidat à l'époque, en a fait un cheval de bataille. C'était la gauche qui avait participé au développement du multiplexe, mais c'est d'Aubert qui finira par le réaliser.

Moi :

Vous savez qui allait prendre en charge le multiplexe ? CGR ? Pathé ?

Antoine Glémain :

À l'époque, la mairie de gauche avait pensé à la SOREDIP qui, à l'époque, gérait les deux cinémas de Laval. Le deal était « on vous construit un multiplexe en centre ville, par contre c'est vous qui ferez la gestion ». Quand D'Aubert est arrivé, il nous a demandé notre avis, et a fait un appel d'offre. Du coup, CGR était candidat. Mais ça a été la SOREDIP qui a été gardée parcequ'ils ont un savoir-faire et, surtout, les discussions seraient plus évidentes avec ce groupe. D'Aubert, pendant ce temps là, a fait savoir qu'il voulait réhabiliter un des

établissements en salle art et essai. Mais il s'est avéré que la SOREDIP voulait le monopole et refusait toute forme de concurrence.

Moi :

L'art et essai était perçu comme une forme de concurrence ? Déjà à cette époque là ?

Antoine Glémain :

Tout à fait. Et c'est un truc dingue parce qu'ils ne voulaient pas d'art et essai, même au Cinéville (le multiplexe qu'ils géraient). Tout au plus étaient-ils intéressés par un petit partenariat avec Atmosphère 53. C'est ça ce qui s'est passé, et nous, on n'a pas fait le forcing. Ça n'empêchait pas qu'au fond de nous on pensait que c'était dommage.

Finalement quelques années plus tard que la salle de Mayenne a été au bout du rouleau et qu'on a pu arriver à nos fins. C'est en 2010 qu'on est enfin devenus gérants de salle. Mais cette gestion de salle nous intéresse comme laboratoire pour d'autres choses.

Bon, et puis on s'est confronté à la question du numérique. Alors, on n'avait pas vu ça dès le départ, hein ; dès les années 2000 des gens très en pointes avaient déjà préparé ça. Donc, avec un petit peu de retard, mais tout de même largement avant la majorité des exploitants – qui ont dans l'ensemble été particulièrement aveugles à ce sujet –, on s'est dits qu'il y avait là une problématique importante. Cette problématique, c'était sûr, engageait les productions, mais elle engageait aussi les salles. Le problème du colloque qu'on a fait, quand on a commencé à s'y intéresser c'est que, il a beau avoir été très intéressant, il n'avait finalement le mérite de n'être éclairant qu'à l'échelle départementale voire régionale, mais que beaucoup était encore très réticents...

Moi :

il date de quand déjà ? 2004 ?

Antoine Glémain :

Je ne sais plus, à peu près là.

Moi :

C'est-à-dire avant les premiers gros investissements dans le numérique qui datent de 2005

Antoine Glémain :

Ah oui, c'est sûr. C'est pour ça que la plupart des exploitants qui sont venus au colloque nous disaient « oui oui, mais bon, tout ça c'est pour dans 10, 15 ans », alors que nous étions convaincus que ça allait venir très vite et que quand ça viendrait, ça serait radical. La question pour nous n'était même plus de savoir si l'on était pour ou contre ; c'est que c'était un fait, comme pour le passage au parlant.

Donc, l'avantage qu'on a eu a été de réfléchir très sérieusement à ça. Mais, comme on l'a fait sur une notion de festival, on a pu y réfléchir tranquillement, sans avoir le nez sur le guidon. Parce qu'il faut comprendre aussi que c'est pas facile pour les exploitants et les organisateurs de festival : on a toujours le nez sur le guidon. Donc, l'avantage qu'on a eu a été de réfléchir en amont ; maintenant, euh, réfléchir au numérique tant qu'on n'a pas de salle...

Moi :

Ca ne permet pas de se poser de bonnes questions

Antoine Glémain :

Voilà, il y avait pas mal de points qui restaient très théorique pour nous. Bah, par exemple, au colloque, il y avait Cochard, un exploitant de Nantes qui a été un des premiers à s'équiper seul dans la région – moi je trouvais ça très intéressant –, mais, du coup, il avait toute la profession contre lui. Il faut comprendre que les mots d'ordres du milieu étaient : d'abord il y a le temps ; et puis après, oui il faut réfléchir, mais il faut attendre ce qu'en dit le CNC.

Moi :

Oui ? Alors que finalement le CNC ne s'est vraiment positionné que l'année dernière (2010) et plus pour réparer les dégats...

Antoine Glémain :

Oui et, on aura l'occasion d'en reparler, mais le CNC n'est plus ce qu'on attend de lui. Bef, on a été un peu en porte à faux : on a eu une réflexion qui nous a été utile et puis ça a beaucoup aidé les élus locaux qui, du coup, nous écoutaient davantage. Ca n'a pas été du temps perdu donc, parce qu'ils n'ont pas été pris de court quand c'est arrivé, ils étaient déjà bien briefés.

C'est qui est à l'ordre du jour, depuis 2, 3 ans, dans l'association – et toujours avec des discussions assez vives en interne – c'est différentes problématiques. D'une part, l'évolution de l'association, parce que je fais partie de ceux qui pensent qu'il faut passer par des transformations radicales – une association doit se réévaluer, se reconstruire tous les 7 ans en moyenne –, alors que d'autres, souvent des plus jeunes, aimeraient conserver l'ordre tel qu'il est. Mais c'est même pas un bon calcul, parce que c'est pas comme ça qu'on trouve des financements. Même si les institutions sont parfois très longues à comprendre... Mais là, ne serait-ce qu'au niveau de la région, ils ont pigé que là il y avait un truc à faire.

Dans ces transformations, le numérique est au cœur des solutions : ça bouleverse la production, mais aussi la création et la diffusion et surtout le rapport avec d'autres formes. Autrement dit, le clivage entre cinéma et d'autres pratiques artistiques et sociales demandent, avec le numérique, à être repensées.

Moi :

Je me permet ici de vous poser une question, parce que ça fait un lien avec ce que j'ai déjà entendu de la part d'autres exploitants. Je pense notamment à un exploitant à Bron – qui lui aussi gère un cinéma associatif, etc. – et qui faisait le pari sur des programmations vraiment transversales d'ici 10 ans...

Antoine Glémain :

Oui, complètement. Alors, c'est une sorte de pari, mais je me situe dans ce pari là. J'ai proposé un nouveau projet qui a rencontré beaucoup de résistance au sein de l'association – ce qui pose problème puisque je ne suis pas le plus jeune. Je voulais créer deux autres structures qui pourraient indirectement servir à Atmosphère 53. Elles existent aujourd'hui. Il y a une structure de gestion de salle de cinéma – Atmosphère cinéma – et une autre, qui est encore un peu virtuelle et qui est une structure de production. En gros, la question du numérique fait peur à juste titre, mais elle ouvre aussi des perspectives à des gens qui auront des idées.

En gros, bien que l'on poursuive nos projets antérieurs, on a décidé de se lancer et dans la création et dans la diffusion. Je suis très sincèrement convaincu que c'est le bon moment pour se lancer dans ce type de projet. En revanche, on est moins « innocents » qu'en 1989 où l'on ignorait ce qui se passait autour de nous ; on est mieux inscrits dans les réseaux. De toute façon, c'est une nécessité pour survivre ; puisque on est dans des problématiques économiques. Mais cela nous permet de développer des projets à vocation régionale.

D'ailleurs nous avons désormais, à ce sujet, différents partenaires régionaux et nationaux. Ce n'était pas évident. Il faut comprendre que le numérique bouscule tout le monde, et qu'il y a différentes manières de réagir à cette nouveauté : il y a ceux qui réagissent de manière strictement corporative et qui ont, au premier temps, refusé cette technologie, et qui ont depuis changé de discours, mais toujours avec l'optique de défendre les rangs, « continuer comme avant ».

Moi :

il me semble d'ailleurs qu'il n'y a pas une type, une catégorie de salle de cinéma qui réagit de cette manière. J'ai l'impression que c'est sur l'ensemble du secteur. UGC aussi a été comme ça, non ?

Antoine Glémain :

UGC, parlons-en justement. Et puis après, je vous parlerais de production, parce que pour moi ceux qui ont raison aujourd'hui ne sont plus ceux qui parlent en termes de métier (salle, production, etc.), mais en termes de filière et qui visent à constituer des filières nouvelles. Parce qu'en soi, le numérique n'est qu'un moyen ; l'important est de savoir comment on peut s'ouvrir des possibilités artistiques et culturelles.

Pour revenir aux salles, voici le tableau tel que je le vois. Qu'est-ce qui a entraîné le numérique ? L'industrie lourde n'était pas intéressée par la numérisation des salles. Ce sont les tiers investisseurs – des outsiders – notamment des télécommunications, qui ont développé cette technologie. D'ailleurs par le biais de la production. Et puisqu'ils s'intéressent à la diffusion, ils étaient obligés de numériser pour pouvoir se développer et faciliter les diffusions multisupports. Les majors – y compris quelques « majors » françaises – se sont intéressés à ces projets. Le déclic qui a fait que le numérique se développe en salle a été quand les majors ont été prêtes (ça aurait pu apparaître avant ou après), en 2004, lorsqu'elle sont observé ce qu'il s'est passé dans le marché du disque, mais également sous la pression du marché chinois qui se développait énormément, mais déjà axé sur le numérique.

Les français, comme d'habitude – à part Europa ou Gaumont – et notamment UGC, étaient contre. Vue qu'UGC tenait ce discours et qu'ils y ont cru très longtemps, la fédération des exploitants s'est calée là-dessus. Pourtant, au CNC, il y avait des gens qui avaient compris ce qui se passait et qui réfléchissaient dessus, mais ils n'étaient pas écoutés. Et UGC, CGR, qu'est-ce qui les a fait basculer ? C'est *Avatar*.

J'étais à une réunion de l'AFCAE où ils tiennent des propos radicaux ; mais ils ne sont pas aussi radicaux dans la pratique et, au contraire, ils sont complètement suivistes et n'ont aucun projet.

À côté de ça, il y a eu des exploitants, souvent plus jeunes, qui ont saisi une chance. Et ce n'est pas forcément des salles art et essai. Curieusement, il y en a beaucoup en Bretagne. Mais ça, c'est aussi parce que c'est un peu leur mentalité : assez têtes de lard, très indépendants. Et puis, il y a eu même des petites salles qui sont équipées. C'est un peu une logique de start up. Dans le milieu de l'art et essai, ça a été surtout des gens un peu en marge comme nous et qui, en général ne géraient pas de salles. Qui avaient un peu moins la tête dans le guidon.

Alors, on a été en rapport conflictuel avec l'ensemble de la profession. Prenez, par exemple, qu'est-ce que c'est que cette histoire de la défense de la qualité de projection du 35mm ? Certes, il y a peut-être une qualité de texture un peu supérieure, mais il y a eu beaucoup de conneries racontées là-dessus. Là dessus, on s'est positionné en disant que nous défendions l'art cinématographique, et que le film soit en 35mm ou en 2k, on s'en fout dès lors que la qualité est suffisante. On défend notamment les documentaires, or ils ne sont pas nécessairement en 35mm. De même, il y a de plus en plus de fictions qui sont tournées sur des supports numériques : alors soit ils ne sont pas diffusés en salles, soit on les kinescope à

grands frais. C'est complètement ridicule, puisque cela va même à l'encontre de la logique de ces films. Du reste, les films sont quasiment tous postproduits en numérique.

Du coup, d'ailleurs, la partie de la profession qui s'intéressait au numérique s'acharnait à reproduire le rapport de force antérieur, notamment en veillant à ce qu'il y ait des clefs d'accès restrictifs aux films afin que les plus gros exploitants puissent conserver une priorité sur les films porteurs. Nous, on en a rien eu à foutre puisque dans notre logique, il y a des films qui nous intéressent et qui sont parfois sur support DVD. Et donc on a déjà fait ça chez nous. Mais on n'est pas les seuls. Il y a plein de festivals qui font cela : tenez, même à Cannes cette année, il y a eu un film qui a été transporté sur une clef USB !

Cette question, on l'a élargie, puisque l'on prend en considération la manière dont les films peuvent être faits. Parce que la question de la numérisation n'est déjà plus vraiment une question ; la vraie question, selon nous est qu'est-ce que ça change en termes de création cinématographique ? Et c'est selon cette question que l'on peut après s'interroger de manière plus pertinente sur la diffusion. Et ce que change le numérique, c'est peut-être la jointure de la production et de la diffusion.

Parce que, finalement, qu'est-ce qu'il y avait avant ? Il y avait la coupure cinéma/audiovisuel. C'est-à-dire qu'il y avait d'un côté des films tournés en 35mm, des productions très lourdes qui étaient soit vues par personne, soit diffusées en salle. Ces deux choses étaient disjointes. Il fallait d'abord produire les films et puis, après, il y avait quelque chose d'autre qu'était la diffusion en salle, et puis, si tout se passait bien, encore après il pouvait avoir une diffusion TV, puis les DVD, etc. Et puis au niveau audiovisuel, on remarque qu'il y a un réseau de petites productions qui produisent des choses (principalement des documentaires) pour la TV. Et puis, à côté de ça, il y a des festivals, qui présentent des films qui sont sur des supports moins riches que le 35mm, mais qui peuvent avoir une autre vie. Et toute la logique de la filière, ainsi que celle des commissions, des soutiens, sont organisés là-dessus. Le numérique change complètement cette donne, parce que, fondamentalement, un master numérique peut être diffusé n'importe comment, il n'est pas exclusif à la salle ou à la TV. Bon, alors certes, toutes les copies numériques n'ont pas les mêmes qualités.

L'autre point, c'est : quel type de rapport au public ? Là, c'est clair, que c'est pas la même chose si c'est Internet, si c'est diffusé en DVD...

Moi :

j'ai l'impression que vous faites le contre-pied de la logique du milieu. Ordinairement, la logique vise une consolidation horizontale, coopérative ; alors que vous dites qu'il faut penser comme les majors, c'est-à-dire penser en vertical.

Et ça rejoint peut-être l'hypothèse que je développe dans mon travail, à savoir que la crise date des années 1960, c'est-à-dire des complexes, à une époque où l'on pourrait presque dire que le cinéma et la TV, c'est pareil. Comme si l'on avait oublié de travailler sur la salle, pour se concentrer de manière quasi exclusive sur les films.

Antoine Glémain :

Alors, pour l'essentiel c'est vrai. Ce qui s'est passé, c'est la question de la suprématie de la TV qui détruit les salles de quartier. Et ça a changé aussi la production !

Moi :

Avec le Nouvel Hollywood par exemple ?

Antoine Glémain :

Oui. Et, en France, en 1981, ça a été une réponse étatique. En gros, pour aider la production, on oblige les TV à investir et à financer le cinéma. L'autre volet a été un système de billetterie qui est organisée de telle sorte que c'est le cinéma américain qui, indirectement, aide les productions françaises. Bon, et puis il y a encore un autre volet, qui vise le parc de salle : d'un côté, l'encouragement au développement de multiplexes, mais également la consolidation du réseau de salle art et essai. Parce que ce réseau s'est vraiment épanoui à cette époque, avec des taxations particulières, des primes particulières.

Toutes les salles art et essai qui ont pignon sur rue actuellement, que ce soit *Les 400 coups* à Angers, le *Café des images* à Caen, etc., sont des salles qui se sont construites ou développées dans les années 1980. Et ils ont développé une programmation spécifique, travaillaient sur le scolaire ce qui, à l'époque, n'intéressait pas du tout les multiplexes.

Et puis, qu'est-ce qui s'est passé ? Avec le développement du DVD, etc., les multiplexes se sont rendus compte qu'il y a des marchés importants : vers 2004, les principales recettes sur les films sont les DVD. Les salles ne sont plus que des vitrines. Pour les salles, les marges ne sont pas sur les films, mais sur les pop corns, etc. Les multiplexes ont eu alors une logique de grande surface : leur intérêt est de proposer une offre la plus grande et la plus diversifiée possible. Donc, ça a été les cartes illimitées, puis la captation de niches, donc les films art et essai, y compris les plus pointus...

Moi :

Pas tellement les plus pointus. C'est là où il y a une légitimité pour les salles art et essai sur le débat...

Antoine Glémain :

Vous avez raison, pas les plus pointus, mais au moins les plus porteurs. Mais l'UGC les Halles ou les MK2 diffusent tout de même énormément de films art et essai.

Moi :

Oui, mais là c'est Paris, qui est encore un contexte très spécial...

Antoine Glémain :

Oui, mais là où je voulais en venir, c'est surtout que la frontière entre art et essai et multiplexe est devenue poreuse. Vous m'accorderez que les multiplexes ont une logique de programmation art et essai, même si elle n'est pas la plus pointue, qui vise à capter une niche. Là où je voulais en venir, c'est qu'il y a aussi des établissements art et essai qui tendent à devenir des multiplexes, qui tendent à avoir cette même logique un peu supermarché. *Les 400 coups* à Angers comprend tout de même 7 salles ! C'est des affaires importantes.

En plus, la gestion de l'art et essai est très compliqué : imaginez bien que plus de 60% de films qui sortent en salle sont labellisés art et essai. Ça n'a plus grand sens. Et, dans notre métier, l'exemple le plus manifeste de ça, c'est MK2. MK2 est devenu le pire des multiplexes... alors qu'ils venaient du culturel !

Donc, ce qui se passe, c'est que la frontière est poreuse. Et il y a un magma, y compris au cœur de la FNCF. Ce sont les grandes salles qui ont donné le la sur le numérique. Et ils sont dans les grandes villes et dans une logique un tout petit peu plus libéral on serait comme en Angleterre. Pour le moment, on a encore un système avec l'État, mais pour combien de temps ? Le CNC a un rôle nettement moins régulateur qu'avant.

Moi :

Il est vrai qu'UGC a frappé un gros coup avec la menace de se tourner vers la commission européenne pour l'illimité

Antoine Glémain :

ça, ça a été le premier coup, mais il y a eu un autre coup, un autre échec avec le plan de mutualisation des salles pour l'équipement en numérique qui a été retoquée par la commission de la concurrence. Ils gardaient la logique habituelle et espérait faire une sorte de pot commun où les plus riches allaient participer au financement pour les plus pauvres. Et là, la commission de la concurrence a refusé. Du coup, il y a eu un équipement des salles à deux vitesses : d'un côté, les plus riches qui se sont équipés tout seul ou avec des tiers investisseurs et l'autre côté, le CNC qui va essayer d'aider seulement les plus petites salles. Autrement dit, il n'y a plus ni coopération ni mutualisation, mais une sorte de travail social, une sorte socialo-politico-culturel. Les petites salles vont peut-être un peu survivre, mais pour moi, ça, c'est une option très dangereuse. Sincèrement, en revanche, il faut dire que nous, en Mayenne, on est un peu dans les deux quand même.

Voilà, ce qui se passe c'est que les petits exploitants ont écouté et attendu bien gentiment les directives du CNC et de la FNCF qui, de toute manière auront à charge de tout réguler. Si déjà ils arrivent à s'en sortir, ce sera bien ; mais, derrière, il faut bien voir qu'ils n'ont pas spécialement de projets pour leurs salles. Et puis le CNC semble bien moins pouvoir jouer son rôle de régulateur et de garde fou qu'il avait jusqu'alors. Par rapport à d'autres pays, c'est encore quelque chose de fort, mais au sein de la profession, les gros ne veulent plus du CNC. Mais voilà, à côté, ils ont été malins, parce que les gens de business ça réfléchit, et c'est un fait que lorsqu'on organise le festival, ils sont plus efficaces et les films sont diffusés dans de biens meilleures conditions. Il faut noter l'importance des élus locaux aussi dans le pouvoir qu'ont pris les multiplexes. Ces établissements sont jugés comme efficaces dans le développement culturel d'un secteur. Et d'ailleurs c'est globalement plutôt des élus de gauche qui ont exploité les multiplexes comme arguments de développement culturel et populaire.

Moi :

Un peu comme à Lyon où la mairie propose à UGC d'implanter un multiplexe dans un nouveau quartier luxueux et ce malgré les problèmes que le Grand Lyon rencontre avec cette entreprise...

Antoine Glémain :

Oui ils sont cons comme la lune.

Moi :

d'ailleurs, dans le prolongement, j'ai l'impression que la nouvelle arme de bataille pour les municipalités, c'est même les festivals.

Antoine Glémain :

Ah oui, les deux.

Moi :

j'ai même l'impression que les grandes métropoles ne soutiennent quasiment plus les salles, mais investissent lourdement dans les festivals.

Antoine Glémain :

Là vous décrivez parfaitement le système. C'est ça : on met les multiplexes dans les zones de chalandises (Carrefour, etc.) et puis on investit dans les festivals, de préférence avec des vedettes.

En réfléchissant sur les pratiques des multiplexes, j'ai l'impression qu'ils font deux choses : d'une part, ils en ont profité pour imposer leur rythme au reste du secteur, mais, surtout, ils ont compris qu'il n'y aurait pas de cohabitation entre le 35mm et le numérique. Le numérique repose également la question du rôle des salles : on peut projeter des films, mais peut être aussi d'autres choses. Eux, ce qui les intéresse, c'est peut-être que le film n'est pas le produit d'appel le plus important. C'est tout le travail avec ce qu'ils appellent des non-films

Moi :

par exemple les opéras filmés avec le partenariat du Metropolitan opera de New York ?

Antoine Glémain :

oui. D'ailleurs, ces projections sont très intéressantes à Laval. Ils ont un public captif : c'est tous les notables de la ville, les amateurs d'opéra qui, avant devaient aller à Nantes ou à Paris. C'est du dernier chic d'y aller. C'est assez hallucinant : ça coûte les yeux de la tête, ils boivent leur coupe de champagne à l'entracte, ils se sont recréés leurs soirées mondaines... et là dessus le *Cinéville* a bien joué puisque ça vise un public peut-être limité, mais qui est prêt à dépenser beaucoup d'argent.

Après, il y en a d'autres qui sont en train de travailler le lien avec les jeux vidéo. Je pense qu'il y a des perspectives là dedans. En gros, le numérique, c'est pas que des films. Alors, après, louer la salle pour des séminaires, des trucs comme ça, oui tout ça c'est possible. C'est un fait, les multiplexes font ça.

Alors, la posture des gens de la culture, comme nous, c'est pas de dire « ah mon dieu, quelle horreur ! ». Même si ça pose question. Parce que maintenant, ce qui les emmerde, c'est qu'il n'y a plus de raison de garder le cycle actuel des médias. Les producteurs qui ont des frais énormes – et plus encore les majors – une exclusivité une soirée en salle peut les intéresser pour tout de suite après passer en VOD. Le cycle de vie des films va être de plus en plus court.

Les gens qui ont des projets culturels doivent trouver des alternatives. Comme sur Internet : y a des grosses cylindrées, mais marchent très bien aussi des tous petits projets. Mais il faut sortir de la logique de rente qui est le revers de la médaille de l'exception culturelle française, et qui fait que chacun vit dans sa petite alvéole. Les exploitants art et essai qui raisonnent sur « bon alors ça c'est un film art et essai, on le passe pendant deux semaines, on joue avec le jeune public et après on fait notre dossier pour avoir les subventions et puis en même temps si on peut devenir un peu plus gros, des minicomplexes art et essai » - ce qui est le cas d'un peu tout le monde – ont un peu les jetons, parce qu'ils savent que ça ne va pas continuer comme ça. Donc ils collent aux fesses des MK2 et compagnie, en se disant pourvu qu'on récupère les miettes. Voilà, mais ça ne marchera pas.

Inversement, regardons quels sont les films qui se font aujourd'hui, regardons dans les festivals : et les films qui méritent d'être diffusés sont parfois sur des formats et des supports très variés, notamment des films faits sur des portables. D'ailleurs, nous nous sommes confrontés à la question radicale : est-ce toujours très important qu'il y ait des salles de cinéma ? Mais vu que nous défendons le cinéma, et pas seulement les films, l'affaire est entendue.

Moi :

mais justement, qu'est-ce pour vous que le cinéma ? Quelle est votre définition du cinéma ? Et, après, a fortiori ce qu'est un cinéma « art et essai » selon vous ?

Antoine Glémain :

d'un côté, il y a le film comme œuvre ; de l'autre, la salle comme ensemble de rituels. C'est voir l'œuvre dans le noir, avec d'autres gens, et la non interactivité. On n'intervient pas sur le déroulement du film et de l'histoire. Ça c'est la base fondamentale. Est-ce qu'il peut évoluer ce rituel ? peut-être. Ce qui fait cinéma, c'est pas la question du support, c'est le fait que des gens se retrouvent dans un même lieu, spectateurs qui font un rêve commun et qui n'y interviennent pas.

Moi :

Alors petite question entre parenthèse : *Rocky Horror Picture Show*, c'est pas du cinéma par exemple ?

Antoine Glémain :

Je ne dis pas ça comme ça.

Moi :

le mieux, c'est que l'explique ce qui motive ma question. Disons que je commence à penser qu'il peut y avoir deux conceptions du cinéma qui puisent d'ailleurs leur source dans la logique historique du cinéma, que les nouvelles approches tendent à interroger la tradition picturale du cinéma – comme art du regard – par le biais de certaines formes de happening

Antoine Glémain :

Là où je pense que vous avez raison, c'est que ça me fait penser à Edgar Morin. Déjà, *L'homme imaginaire* est un livre très intéressant parce que c'est l'un des rares qui parle du cinéma, c'est-à-dire pas seulement des films. Et il avait fait un film avec Jean Rouch et il disait « vous allez voir ce qu'on pensera plus tard des gens qu'on a filmé » et c'est un fait que si les personnages sont essentiellement des marginaux, et bien, 50 ans après, leurs discours sont devenus des réflexions communes. Tout ça pour dire que vous ce que vous sous-entendez avec le *Rocky horror picture show* peut être assez juste. C'était un film marginal... Mais ce qui pose question, c'est effectivement ce qui peut se passer dans la salle.

On expérimente un peu ça de notre côté. Vous savez, il y a de plus en plus de « films en construction », c'est-à-dire des films qui ne sont pas finis de manière aussi claire que ça l'était avant avec le 35mm ; c'est ce qui se passe aussi avec les films à différentes versions. On voit bien qu'aujourd'hui on n'est plus dans une logique où les films sont clos. Il y a tout un travail à faire sur les durées, les sérialités. Et ça vient aussi des séries TV où ils se passent beaucoup de très bonnes choses. Est-ce qu'on pourrait travailler sur les séries TV ?

Moi :

Et c'est là qu'on arrive à une sorte de point limite. Lorsque je parle de cinéma interactif autour de moi, bien souvent les gens pensent qu'il ne s'agit plus de cinéma. L'affaire semble close. Mais lorsque l'on revisite un tout petit peu l'histoire du cinéma, on voit qu'en 1910, il y avait les bonimenteurs, les serials... La définition actuelle du cinéma n'est que le fruit d'une séparation avec le public et des usages d'alors. De même, les multiplexes reprennent progressivement des logiques de distinction, notamment avec ce que vous disiez tout à l'heure pour les projections d'opéra.

Antoine Glémain :

C'est une question d'attachement au cinéma, plus que d'un attachement aux films. Le numérique, vous avez raison, permet de renouer avec l'histoire du cinéma. C'est vrai qu'avant le parlant, il y avait un travail sur la salle. D'ailleurs, il n'y avait pas obligatoirement de salle,

puisque le cinéma pouvait être forain, nomade... D'ailleurs, là où je vous rejoint, c'est notre travail sur le cinéma en milieu rural.

Je pense qu'il y a quelque chose d'intéressant dans le fait que le film soit projeté en continu. Pourquoi pas le happening qui reprend l'ancienne vie de salle ? Mais alors là, le travail s'établit sur la séance : ce serait alors un véritable programme.

Moi :

En fait, vous préconisez une sorte de retour aux grandes séances comme il en existait encore dans les années 1950 – et qui sont, par ailleurs, pour moi d'un exotisme incroyable - ? Et, pour revenir sur le fond de ma question de tout à l'heure, le cinéma interactif est-il encore du cinéma ?

Antoine Glémain :

ça, je ne sais pas. Toutes les définitions sont faites pour être discutées. Je préfère dire que non. Cependant, je pense que ces installations seraient plus intéressantes et pertinentes dans les cinémas. Je suis tenté de dire non, mais en même temps ça m'intéresse. De même, des séries comme *Six feet under* sont bien supérieures à beaucoup de films qui sortent en salle.

Arrivé sur ce genre de problème, c'est vraiment au niveau de la production qu'il faut commencer à réfléchir. Il y a toute sorte de films qui se produisent : des films pour le cinéma, des films pour le musée, des films pour Internet... Puisque je suis un militant de territoire, et que j'aime donc que les salles soient des lieux de vie, de rendez-vous, de citoyenneté, la question qui se pose à moi c'est peut-être plutôt de travailler pour le lieu. Je pense par exemple que si on projette un film comme *the artist*, qui est un hommage au muet, il me semble important de projeter des films muets en complément. Ça pourrait très bien être dans un petit lieu où, après la séance, l'on pourrait aller voir une série de films muets ; d'ailleurs, on pourrait très bien la faire marcher à travers un système de V.O.D.

Il y a même des possibilités avec les ateliers de création et d'initiation. Par expérience, on voyait que la projection des films faits par les jeunes des ateliers sublimait leurs films. On ne doit pas se concentrer que sur le principe de projection 2K. Et c'est sur tout ça qu'on peut travailler une différence dans le secteur art et essai.

Moi :

et d'ailleurs, c'est quoi l'art et essai ?

Antoine Glémain :

Comprenez bien une chose : l'expression « art et essai » ne veut rien dire ; c'est juste une catégorie administrative.

Moi :

Bon, au début de l'entretien, vous parliez de votre travail avec le Jeune public. Comment cela se déroule-t-il ? Est-ce ce qu'il y a un changement du rapport aux salles dans ce public ?

Antoine Glémain :

C'est un fait qu'on voit de moins en moins le jeune public dans les salles. À part quelques buzz, on voit très peu ce public. C'est à la fois, je pense, une question de mode de consommation et une question d'argent. Disons qu'ils vont moins spontanément en salle qu'avant ; mais cela reste tout de même encore une pratique assez populaire, du moins, plus populaire que d'autres.

Bon, on défend les rituels de la salle – parce que c'est quand même bien différent de voir un film en classe qu'en salle. Mais, le mieux serait que ce ne soit pas obligatoirement des séances

scolaires, mais mêlées avec tout public. Parce que, dans le dispositif, y a des trucs qui sont pas géniaux.

Moi :

C'est intéressant ça, qu'est-ce qu'il y a par exemple comme point négatif ?

Antoine Glémain :

Il y a déjà une différence notable lorsque le film a été préparé et lorsqu'il ne l'a pas été. Et puis, dans la salle, il y a des effets de groupe, des chahuts...

Moi :

c'est ce que je demandais justement : est-ce que, dans les dispositifs, le cinéma devient une espèce de pendant à l'autorité de l'école ?

Antoine Glémain :

Surtout pour les collèges. Les plus petits, il n'y a pas de problème ; idem pour les lycées. C'est au collège que c'est le plus flottant, où ils s'intéressent le moins à tout cela ; surtout d'ailleurs si les enseignants n'ont pas bien préparé le film en classe, avant la séance.

Moi :

Mais, comment préparez-vous le partenariat avec les enseignants ? Par exemple, l'Alhambra à Marseille travaille exclusivement sur la salle – le rideau, les tickets individuels - et délègue tout le reste aux enseignants.

Antoine Glémain :

Tout ça on le fait beaucoup. Et puis, pour les enfants, n fait même des goûters où on parle du film...

Moi :

est-ce que toutes les salles font ce travail là ?

Antoine Glémain :

non. Mais la question du jeune public doit se poser autrement. D'abord, il faudrait une véritable formation des enseignants, ce qui est rare. Et puis, il faut permettre aux enseignants de prévisionner le film.

Il faut rendre leur regard actif. Peut-être en faisant des thématiques, des interrogations... Et là, ça se voit très bien avec les enfants, parce qu'ils sont plus dociles.

Quand aux rituels, c'est important, parce que ça retire cette image d'abbatage, où il n'y a personne pour les accueillir, qu'ils voient bien qu'ils ne sont pas les seuls et qu'il y eu une séance avant et une autre qui vient après... ça marche pas. Alors que c'est bien plus efficace dès lors qu'il y a quelqu'un pour les accueillir, qui présente (avec ses mots) le film... ça marche déjà beaucoup mieux.

Tout ça, c'est bien, mais on peut faire encore bien d'autres choses dès lors que la salle devient un vrai lieu de vie et qu'on accueille ces jeunes sur d'autres séances. Nous, par exemple, on est en centre ville à Mayenne, donc c'est important qu'il y ai une cafétéria, des espaces de documentations, d'expositions. L'interactivité doit être dans l'établissement, mais en dehors du film. Ca, par exemple, le réseau Utopia le fait, mais il le fait dans une optique très particulière : ils ont une approche exclusivement politique. Mais, c'est moins pour le fond que pour cette vie autour qui fait qu'ils ont du monde. C'est très bien, parce que c'est un vrai lieu de vie. Après, lorsqu'on lit leurs fascicules, c'est de la connerie. Pareil leur cafétéria,

notamment à Bordeaux, marchent très bien ; avec leur logique bio, produits du marché... On retrouve ici une logique tout de même un peu similaire aux multiplexes, mais avec un public de niche.

Moi :

Du coup, on peut se demander si les changements, les innovations viendront de ces salles. Je suppose que non. Je suppose que les innovations ne viendront pas des grandes villes, mais plutôt des lieux un peu à l'écart : de Mayenne, des petites villes, des banlieues...

Antoine Glémain :

C'est marrant ce que vous dites, parce que ça me rappelle ce que me disait un copain réalisateur, qui m'a encouragé à monter un dispositif de production, et qui disait que c'est les tous petits lieux, les lieux isolés qui sont intéressants à développer. Cela n'empêche absolument pas qu'il y ait, par ailleurs, des gros trucs. Ma grande peur, c'est que, sous l'effet de pression du milieu, le CNC perde quasiment totalement son pouvoir d'exécution, mais également de réflexion, et que les procédures deviennent trop contraignantes, des obstacles insurmontables pour tous ces types d'initiatives. Par exemple, on voit bien tous les effets de pression sur les plus petites salles, qui ne peuvent désormais projeter le film qu'e si elles ont les visas, les clefs d'accès... Et puis, dans ce milieu, il y a beaucoup d'exploitants qui refusent de projeter autre chose que des films : pas de films fait par un mec du coin, pas de documentaire local...

Bon, et puis, il faut éviter de s'éparpiller. C'est-à-dire qu'on doit toujours être centrés sur les films, ou plutôt, faire comme on faisait avec le « grand film » ; simplement, les installations permettent, par exemple, d'interroger les frontières. Et ça montrerait d'ailleurs à quel point tout type de frontière n'est jamais aussi clair et net qu'on le croit. Ce que je pense, c'est simplement qu'on est dans une période où l'on peut justement changer un peu les frontières, au lieu de s'enfermer dans des notions qui n'ont de signification qu'administratives. Relier un film et un jeu vidéo, ça reste quand même un rassemblement de choses très différentes, mais qui peuvent parler de choses similaires.

Moi :

en gros, ce serait travailler sur l'imaginaire commun, et faire un travail explicatif notamment sur les modes de symbolisation qui sont eux différents ?

Antoine Glémain :

Voilà. Le cinéma doit rester une salle artistique. Et il faut aussi bien réfléchir à ne pas retomber dans la logique de salles polyvalentes où l'on trouve de tout et finalement rien du tout. Il s'agit juste de refaire de la salle de cinéma un lieu un petit peu plus polymorphe... comme il l'a été à l'origine, et jusque dans les années 1950, vous avez raison là dessus. De toute façon, je ne vois pas pourquoi on refuse cela ; les multiplexes le font bien eux, avec les opéras etc. Alors faisons-le, mais faisons-le à notre manière.

En plus cela changerait du constat déprimant aujourd'hui où, quelque soit la ville, vous trouverez à peu près les mêmes films dans les salles art et essai. Mais, peut-être d'ailleurs que la numérisation des films de patrimoine vont permettre de diffuser plus facilement ces films qui, actuellement, dorment dans les cinémathèque. Je vous parlais tout à l'heure de *The artist* ; et bien, je crève d'envie de pouvoir diffuser en même temps, *Chantons sous la pluie*, *l'Aurore*... Dans cette logique d'ailleurs, j'envisageais une petite salle où la projection de films ne serait pas avancée, mais proposée à la carte.

La question qui me préoccupe vraiment le plus, c'est celle du jeune public. J'aimerais recréer du lien. Parce qu'il faut être franc, les jeunes viennent peu en dehors des séances scolaires. Ça

c'est un enjeu très important ! On a même essayé de diffuser des films d'horreur les vendredis et samedi soirs à 22h, mais ça n'a pas marché...

Annexe 17 : Entretien avec Isabelle Faure, présidente de l'association *Cinémateur*, Bourg en Bresse, 18/06/11

Moi :

Bourg en Bresse m'apparaît comme un cas intéressant, parce que c'est à la fois, selon le CNC, la ville où il y a le plus de siège de cinéma par habitant, mais aussi une ville qui avait plusieurs établissements, plus ou moins spécialisés et qui tendent à disparaître complètement au profit du multiplexe. Dans ce contexte, il subsiste un petit établissement le *Grenette* où votre association programme des séances art et essai. Je voulais d'abord commencer en vous demandant quel est votre parcours, essayer de comprendre ce qui vous motive à diriger bénévolement une association de défense du cinéma d'auteur à Bourg en Bresse ?

Ensuite, j'aimerais bien savoir quel est votre discours, qu'est-ce que vous défendez et comment vous le défendez. Savoir quels sont vos actions sur le public. Et, en dernier point, essayer de déterminer la spécificité de Bourg en Bresse, les problématiques politiques, etc.

IF :

L'association va fêter ses vingt ans, puisqu'elle date de 1991. Au départ, - moi j'étais pas dans le coup à l'époque - c'était un groupe essentiellement composé d'enseignants qui jugeaient que la programmation de cinéma, à Bourg, était limitée. À l'époque, il y avait l'ABC – qui était une vieille salle de quartier, mais qui n'était quasiment pas exploitée -, il y avait la *Grenette* qui avait 4 salles et *L'Éden* qui avait 5 salles. Donc, en gros, il y avait 9 salles sur Bourg. Tout cela appartenait à une famille, le groupe Massu, de Dijon, qui était de gros propriétaires de salles. Cependant, les deux dernières salles appartiennent à la municipalité et l'ABC appartenait à un privé ; les trois étaient exploités par la famille Massu.

Quand l'association s'est créée en 1991, ils sont allés voir le responsable de la *Grenette* en disant qu'ils souhaiteraient proposer une programmation de films un peu plus ciblés. Ils ont obtenu deux séances par semaine, le lundi et le jeudi, avec des films qui étaient systématiquement diffusés en VOST et qui étaient globalement des films étrangers. *Cinémateur* est née de l'envie très forte de ne pas être obligé d'aller à Lyon ou à Villefranche pour aller voir des films un peu différents de ce qui est proposé dans les réseaux commerciaux. Sachant que tout ce qui est aujourd'hui qualifié de « cinéma art et essai grand public », comme Woody Allen ou Almodovar, passait à Bourg, mais en version française – quand ils passaient.

Et puis l'association a pris un peu plus d'ampleur et le directeur d'alors à la *Grenette* commençait à être dérangé par cette programmation. Il a alors proposé en 1993 que l'association soit « hébergée » à l'ABC.

Moi :

Mais les séances marchaient bien ?

IF :

Oui, justement. Et cet établissement était un monoécran, avec 400 places et une architecture assez originale. De 1993 à 2008, le *Cinémateur* faisait sa programmation là et montait en puissance : on est progressivement passé de 2 à 10 séances par semaine, avec des films de

plus en plus grand public. Moi, j'ai pris la tête en 1999 ; de 1993 à 1999, l'association s'est fait connaître pour une programmation très exigeante – peut-être un peu trop -, et, depuis 1999, on a essayé de renverser un peu la tendance en diffusant toujours des films en V.O., mais pas seulement des films « tchéchènes sous-titrés en russe ».

Ça marchait super bien. En plus, on pouvait accepter la carte M'ra (NDR : carte gratuite offerte aux lycéens, étudiants en Rhône-Alpes, permettant de faciliter l'accès aux matériels scolaires et à la culture, notamment en permettant de ne payer qu'un euro par séance, à hauteur de cinq séances par an, dans certaines salles « art et essai »). Au fur et à mesure, le conseil d'administration s'est étoffé – ce n'était plus que des enseignants, mais aussi des gens de profession et d'âge différents, plus féminin que masculin -, le public a changé.

Moi :

C'est quoi la tendance au niveau du public ?

IF :

Il s'est un peu rajeunit. Bon, c'est pas non plus les ados, sauf quand ils venaient avec un prof. On a eu du mal à sortir de cette réputation que les gens nous avaient fait un peu trop rapidement, d'être un « club ». On n'était ni un cinéclub, ni un club de cinéphiles. Et, du coup, les gens pensent encore que, pour voir un film qu'on propose, il faut être adhérent de l'association, alors que les séances sont ouvertes à tous !

Moi :

Mais alors, qu'est-ce que ça change d'être membre de l'association ?

IF :

Depuis peu, ça donne une réduction à l'entrée. Mais ça permet surtout de faire vivre l'association ; on n'a pas d'autres revenus que cela, mise à part une petite subvention de 780 euros de la mairie. On ne touche rien sur les entrées. La recette est au privilège la salle.

En 2008, il s'est passé quelque chose de très important : la construction du multiplexe *L'amphi*. C'était un projet qui datait de l'ancienne municipalité, qui était de droite, et qui avait un appel d'offre qui stipulait que le site devait se situer presque *intra-muros*. C'est un exploitant de Vienne, la famille Bernard, qui a obtenu le contrat.

Cette ancienne municipalité – je politise la chose parce que ça a été très politique – ne nous appréciait pas tellement, notamment pour nos orientations politiques, et avait décidé que l'on devait s'associer à Md Bernard, pour qu'elle nous intègre dans son cinéma. Là, on a dit non. Et on en a un petit peu fait un enjeu électoral, en allant voir l'équipe adverse – qui a finalement été élu – et qui avait intégré notre problématique dans ses propositions électorales. C'était moi qui avait lancé ça, et j'avais pris des risques, ma fonction de présidence dépendait des résultats de ce calcul. Mais, je savais que si on suivait le multiplexe, en 6 mois on étaient morts : déjà ils commençaient à négocier les séances, notamment le vendredi et samedi soir... On revenait presque 20 ans en arrière quoi.

On s'est battu là dessus et l'équipe municipale élue nous ont aidé. Ils ont pris le taureau par les cornes et ont exigés, puisque l'ABC et l'Éden fermaient, que la Grenette devait continuer d'exister en tant que cinéma, entre autre pour accueillir notre programmation « art et essai ». Apparemment les négociations ont été dures, mais ils ont finalement accepté et donc ils louent la salle à la municipalité. Et donc, depuis, on ne cesse d'entendre de leur part, « la Grenette perd de l'argent, la Grenette perd de l'argent... ». On a des rapports difficiles parce qu'on n'est pas sur la même longueur d'onde. Au risque de tomber dans le cliché, mais c'est absolument la réalité : ils ne sont pas du tout cinéphiles – ça, c'est leur droit, mais – ils n'entendent le cinéma que comme ce qui peut rapporter de l'argent.

Bon, là en ce moment, ils ont mis *Le chat du Rabin* pour compléter la programmation de la Grenette. Ils mettent les films en fin de parcours ; ceux qui s'essouffent à l'Amphi. Ils nous tiennent le discours de l'exigence des distributeurs de tenir un film sur 10 semaines, même s'il s'essouffle au bout de trois. Je veux pas me fâcher avec eux, mais j'ai tout de même dit à md Bernard que, à Vienne, ils ont un Amphi comme nous, mais sans Grenette pour faire la poubelle. Là, évidemment, elle répond pas. Comme la Grenette leur a été imposée et qu'ils la voient comme un « boulet » - c'est le mot qu'ils utilisent – ils ne cherchent pas à faire une vraie programmation, qui pourrait notamment être complémentaire de la nôtre. Il n'y a même pas une question de concurrence parce que, au final, c'est l'exploitant qui empêche tout ; et puis nous on va pas critiquer la programmation du *Chat du Rabin*, bien au contraire ! Moi tout ce que je veux, c'est que ce cinéma vive, parce qu'il est idéalement placé : en plein centre ville, à côté du théâtre, sur une place où, l'été, il y a un peu d'animation... Bref, ils ne veulent pas faire d'effort. Ils pourraient soit nous confier la totalité de la programmation, ce qui, pour nous, serait idéal, notamment pour faire du jeune public, que l'on n'a pas encore approché – en plus, ce qui est terrible, c'est qu'à chaque vacance scolaire, ils nous retirent une salle pour mettre ce qui ne rentre plus au multiplexe sous prétexte que « ça déborde ». Pas une seule fois, elle ne programme du jeune public à la Grenette.

Le gros problème – et ce qu'on reproche lourdement à l'ancienne municipalité – c'est qu'ils ont acheté à la ville une partie du Champ de foire, ils ont acheté le terrain, donc ils ont un bail jusqu'à plus soif. En gros, s'ils ferment le multiplexe dans 10 ans, pour mettre une boîte de nuit, on ne pourra strictement rien dire. Vu le prix de tout ça, c'est évidemment une course au remboursement de la dette. C'est aussi pour ça qu'ils cherchent le plus possible de bénéfices. Mais bon, dans l'absolu, je ne pense pas qu'ils défendent vraiment le cinéma...

Moi :

Et vous ? Quelle est, inversement, votre définition du cinéma ? Quelle est votre définition de l'art et essai ? Vous disiez tout à l'heure que l'image de cinéophile pouvait être péjorative dans la bouche du public lambda, mais ce serait quoi être cinéophile ?

IF :

C'est une question difficile. Je dirais que, être cinéophile, c'est connaître le cinéma. Ais, le cinéma comme media, parce que ce n'est pas que de l'art. Je ne le vois pas seulement comme divertissement, parce que, surtout pour les jeunes, je pense que le cinéma peut être une sorte d'école de la vie ; on peut notamment sensibiliser les gens à la conscience politique à travers le cinéma. On peut découvrir un tas de choses à travers le cinéma. Pour moi, c'est comme la musique : c'est quelque chose qui s'apprend, mais, une fois qu'on est tombé dedans, on ne peut plus s'en passer.

Ce qu'on aimerait vraiment, c'est que la Grenette apparaisse comme lieu incontournable et que, de plus en plus, les jeunes y viennent régulièrement et apprennent à regarder le cinéma.

Moi :

Là, les jeunes, c'est vraiment 12-25 ans, hein ?

IF :

Oui, c'est même principalement les collégiens. Pour le moment, le seul public qu'on arrive à toucher, notamment à travers les thématiques qu'on fait, c'est le public des primaires. Là, il y a un grand nombre d'enseignants qui sont réceptifs et qui sont, par ailleurs, adhérents. Récemment, la thématique était « la liberté » ; ça entrainait en résonance avec le projet culturel de la ville portant justement sur la liberté. On a cherché plusieurs déclinaisons de cette thématique : on a proposé *Chicken run* – et on s'est aperçu que bien que ce film soit déjà bien

connu, la plupart des enfants déclaraient le voir pour la première fois au cinéma... parce que c'était la première fois qu'ils allaient au cinéma - ; et puis on a proposé *Le cheval venu de la mer*. Là, ça marche. Par contre, quand on fait un microfestival de films allemands et qu'on s'adresse aux lycéens, là, si on tombe pas sur une prof d'allemand surmotivée, ça marche pas. C'est que, entre le primaire et le lycée, il y a « collège au cinéma » et que « collège au cinéma », maintenant, c'est *l'Amphi* qui se l'accapare – alors qu'on avait la charge de ce dispositif et du « lycéens au cinéma » lorsque nous étions à l'*ABC*. Lorsque ils ont ouvert en 2008, ils ont tout de suite cherché à s'accaparer ça.

Moi :

Donc, il y a, à Bourg, des dispositifs pour le jeune public, mais ils sont exploités par l'*Amphi* ; en quelques sortes, vous faites des programmations « extra-ordinaires » à côté ?

IF :

Toute l'année, on a une programmation, sauf le mois d'août où le cinéma est fermé (ainsi que tous les mardis). On programme sur deux salles et sur 14 séances possibles – ce qui nous rend intéressants aussi pour des distributeurs. On peut alors envisager des quinzaines thématiques et essayer de prendre contact avec les écoles. Mais, comme on est bénévoles – avec un travail à côté et s'il y a des retraités, vous savez, les retraités sont les plus surbookés ! -, on ne peut pas assurer à la fois la programmation, animer des débats, faire venir des cinéastes et travailler le partenariat constant avec les écoles. On essaie de mettre le plus d'animation possible. Je pense notamment à la thématique « Liberté », où nous aurions dû avoir Siné dans la séance de *Mourir ? Plutôt crever !* – il s'est décommandé suite à une hospitalisation. Nous avons aussi pensé travailler sur la censure – et nous avons projeté *Le rendez-vous des quais*, qui est un film qui a été interdit de projection pendant longtemps et que Martin Barnier (enseignant de l'Université Lyon 2) a analysé dans la salle. On n'a pas pu ramené beaucoup de monde parce qu'il y avait, en ville, beaucoup d'autres animations ; néanmoins, l'intervention de Barnier a été très appréciée par nos 40 spectateurs. Vous voyez, notre argent sert à ça : payer notamment les intervenants extérieurs, leurs déplacements, leur hôtel, leur restaurant...

Vous voyez le paradoxe, on fait vivre le cinéma et ce n'est que l'exploitant qui en profite. Dès le départ, ça a été engagé comme ça, parce que, dès le départ, le principe était de proposer une alternative, quel que soit le coût. Bon, maintenant, cette alternative existe et elle est appréciée : on a tout de même 700 adhérents. Et, le plaisir ultime, c'est des cas où, comme il y a deux jours, le distributeur nous appelle en disant « écoutez, on sort le prochain Moretti le 16 septembre, est-ce que vous en voulez une copie ? », c'est-à-dire que le distributeur vient vers nous, a confiance dans notre travail. Alors qu'avant, on devait courir un peu après eux.

Moi :

C'est pour cela que vous étiez au GRAC ?

IF :

Bon, le GRAC ne nous est pas utile pour les copies ADRC car, pour le coup, on a un exploitant sous le bras qui arrive à obtenir des copies. Là où le GRAC devient utile pour nous, c'est l'organisation de séance de prévisionnement, qui a lieu mensuellement. Là en général, c'est quand même nos retraités qu'on envoie ! Ça nous permet d'anticiper un peu les sorties nationales ; je pense justement au Moretti – *Habemus Papam* – que certains d'entre nous ont vu déjà à Cannes. C'est que quelques-uns d'entre nous, avec leurs propres moyens (parce que l'association n'a pas les finances), vont à Cannes et vont voir les projections grâce aux accréditations du cinéma. Bref, on engrange des infos et le GRAC on s'en sert comme ça. Je ne pense pas qu'on se sert à fond de toutes les possibilités qu'offre le GRAC, mais déjà ce

prévisionnement est un outil précieux. Il nous est arrivé de programmer ainsi des films auxquels nous n'aurions jamais pensé et, inversement, d'éviter quelques échecs...

Moi :

Mais, cela ne vous pose-t-il pas de problème de programmation la tendance des distributeurs à demander du « plein écran » ?

IF :

Qu'entendez-vous par « plein écran » ?

Moi :

Et bien, c'est lorsque le distributeur vous accorde un film pour 15 jours d'exploitation, mais qu'il demande, en contrepartie, que ce film monopolise une salle.

IF :

Bah, c'est ce qui se passe.

Moi :

Vous n'avez que deux films par semaines ?

IF :

Oui. Sauf en période thématique ou festival.

Moi :

Ces rendez-vous particuliers, ces festivals, les avez-vous institués ? Est-ce qu'on sait par exemple qu'il y a tel festival en mars... ?

IF :

Alors, oui, il y a le rendez-vous d'automne ; ça fait deux ans aussi qu'on fait un rendez-vous en février avec le théâtre – sur le thème des « marionnettes », ce qui n'est pas évident. Et puis, depuis deux ans, la Ville fait des événements culturels : cette année c'était « la liberté », l'année dernière c'était le Japon (et là, on s'était éclatés) et l'année prochaine c'est « Illusions ».

Moi :

Vaste thématique, parce que c'est la base même du cinéma ! Vous pourrez passer de Méliès à Christopher Nolan (NDR : nous faisons notamment référence à *Memento* et à *Inception*)... Mais, d'ailleurs, est-ce que vous essayez de faire une programmation croisée, de permettre une lecture transversale entre les films choisis ?

IF :

Bah, le problème, c'est que dès qu'on fait dans le film de patrimoine, c'est automatiquement un échec. Personne en vient. Pourtant, on essaie régulièrement.

Moi :

Et le public de Bourg ? est-ce qu'il a été difficile de l'intéresser à votre programmation ? Est-ce qu'il y a une « niche » ?

IF :

Il y a véritablement une « niche », mais elle est très petite. Moi je me bats beaucoup par exemple, dans les éditos que j'écris pour la gazette de notre association – éditos apparemment incisifs, c'est ce qu'on me reproche souvent -, contre le côté « Télérama » des gens quoi... C'est très difficile d'éveiller la curiosité ; alors c'est sûr, quand on a la chance de sortir le dernier Frères Dardenne en sortie nationale, là, les gens viennent – bon, il faut reconnaître qu'on a aussi fait des entrées avec *Liberté* de Tony Gatlif, et ça c'est déjà moins Télérama...

Moi :

Oh, il y a toujours un petit côté Pierre Murat là-dedans tout de même (NDR : critique le plus charismatique de l'hebdomadaire Télérama qui, par ailleurs, intervient dans l'émission radiophonique *Le masque et la plume*).

IF :

C'est vrai que je n'écoute pas cette émission, tant ils m'insupportent. Mais bon, tout ça pour dire que les gens sont tout de même pas mal « téléguidés »...

Moi :

Les cinéphiles aussi ?

IF :

Ouh là ! Les cinéphiles, c'est peut-être les pires, parce que, en dehors de leurs lignes, il n'y a rien quoi. Enfin là, c'est le cinéophile au sens péjoratif. Alors on essaie de ne pas tomber dans cette tendance là.

Ce qu'on fait de puis le début, par exemple, c'est que, pour chaque film que l'on passe, on fait une fiche (qui n'était jamais rédigée par la même personne) que l'on donne au spectateur qui souhaite ou qui va voir le film : la fiche comprend un résumé, des critiques, - comme un sorte de petite revue de presse. Je me souviens, il y a presque deux ans, on avait fait venir Tavernier pour une projection de *Dans la brume électrique* et il est tombé sur un fiche que l'on avait pour un de ses anciens films, où se trouvait une critique négative ; il nous a incendié, en disant qu'on ne peut pas, dans un texte à l'entrée de salle, démolir le film que l'on va voir. Bon, ça c'est Tavernier ; c'est vrai qu'il a un problème avec la critique, Tavernier.

Tout ça pour dire qu'on fait, à nos frais, depuis 20 ans et je pense qu'il y a un soutien. Ça nous arrive régulièrement de mettre des critiques négatives – pour équilibrer les débats – mais, on en met, effectivement, pas de critique trop trop dures... Il s'agit, quand même, de valoriser le film qu'on montre.

Donc ça, c'est la première aide à la diffusion. Après, on édite aussi un programme, que l'on envoie aux adhérents. Il y a des résumés, des phrases « choc » que l'on cite un peu hors contexte, afin de donner aux gens l'envie d'aller voir ce « contexte ». Et puis, il y a notre gazette, sur laquelle on fait systématiquement un papier sur notre « coup de cœur », un « coup de projecteur », un « focus », un « billet d'humeur ». Ce mois-ci, le « coup de cœur », c'est sur *Robert Mitchum est mort* ; le « coup de projecteur », c'est un peu plus distant, c'est *La solitude des nombres premiers* : là, on essaie vraiment d'éveiller la curiosité, de proposer un film qui n'est pas évident d'accès à première vue.

Depuis le début de l'année, on a instauré le « film découverte » : c'est un film un peu pointu – par exemple, l'on a projeté *Le voleur de Lumière*, un film qui vient du Kirghizstan – et donc on fait une séance par semaine où l'on peut voir ce film pour 3 euros. Une incitation par les « pépettes ». Une séance à moindre prix, par programmation – c'est-à-dire toutes les 6 semaines – pour voir un film un peu plus compliqué ou simplement différent.

Moi :

Vous avez réussi à négocier ce prix avec la salle ?

IF :

Ah non. En fait, les gens paient 3 euros, nous payons la différence et la salle empoche donc au prix normal. Et elle veut que tout cela soit réglé le soir même. Mais, vous savez, si on « touche » le public des primaires, avec les séances scolaires, c'est parce qu'on fait des séances à un euro. Une fois encore, *CinéMateur* payait la différence à l'exploitant. Le budget coule vite comme ça, mais ça nous semble important ; c'est un peu une « mission » quoi... Bon, mais il y a pas mal de gens qui nous soutiennent, qui sont adhérents et qui participent, même si l'on a légèrement augmenté les frais d'adhésion, passant de 12 à 15 euros l'année.

Moi :

Ce n'est pas si cher que ça, lorsque l'on fait le calcul des avantages – ne serait-ce que monétaires - liés à cette adhésion. Il y a peut-être d'autres stratégies, on voit bien, que la stricte programmation. Mais, pour en rester sur ce point, comment travaillez-vous la programmation ?

IF :

Bon. Le Conseil d'Administration comprend 18 personnes. Par séance, l'on n'est jamais plus que 12 ou 13 parce que l'on a beaucoup d'obligations à l'extérieur. Heureusement, quelque part, parce que, sinon, ça serait la foire d'empoigne.

Chacun propose un film qui lui semble intéressant et correspondre à la logique de l'association. Il le présente et le défend devant les autres. Et puis, puisque l'on est plus nombreux à proposer un film qu'il n'y a de créneaux disponibles pour ces films, nous devons procéder à un vote. Alors, le problème, c'est que tout le monde n'a pas les mêmes capacités à défendre un film, n'a pas les mêmes facilités à s'exprimer – on a même eu des contre-exemples, où des gens absolument enthousiastes ont néanmoins « réussi » à ne plus du tout nous donner envie de le voir -, donc ce n'est pas parfait, mais on n'a pas encore trouvé de meilleure solution. C'est vraiment un travail collectif.

Il y a le festival de Cannes qui nous sert beaucoup de « réservoir », Annecy aussi (Festival d'animation et Festival du cinéma italien), il y a souvent deux de nos membres qui vont, début juillet, à La Rochelle – qui est un Festival de Cannes sans Cannes, un Cannes sans people, quoi -, cette année, je suis allée à Vesoul, pour le festival de film asiatique. Vesoul, d'ailleurs, c'est un vrai cas d'école : c'est quelqu'un qui tient un multiplexe mais qui, par ailleurs, est un vrai amateur de cinéma et qui accueille bien une association à Vesoul et qui organise notamment ce festival. Il faut reconnaître que le cinéma asiatique n'est pas le cinéma le plus simple d'accès. C'est pas mal ce qui s'y passe : là, on a même vu des films iraniens – c'est « asiatique » au sens très très large.

Tout ça pour dire que la programmation se fait soit sur des « acquis », c'est-à-dire sur des auteurs que l'on suit.... Je cherche un exemple

Moi :

Woody Allen ?

IF :

Non, ça c'est le multiplexe, qui le sort en V.F.... Le bon exemple, c'était les frères Cohen, mais ça y est, *True Grit* est passé au multiplexe en V.F. Là, on le reprend en V.O. pour la Fête du Cinéma, parce qu'on estime qu'il y a un public pour la V.O. (et qui n'est pas allé le voir en V.F.)

Moi :

Je voudrais revenir sur deux points. Tout à l'heure, vous faisiez une distinction implicite entre « cinéphile » et « amateur de cinéma », quelle est la différence ? De même, vous dites que le cinéma peut être une école de la vie, ouvrir à la conscience politique ; pouvez-vous m'expliquer un peu plus ce que vous entendez par là ?

IF :

Il y a des films éminemment politiques. Notamment le cinéma soviétique. Et ces films offrent des regards qui peuvent être très formateur. Je dis ça parce que je remarque que les jeunes d'aujourd'hui – même si j'essaie de ne pas trop faire de cliché – manquent de repère politique. Moi, j'ai plus de 50 ans, et la scène politique des années 70, avec les oppositions Mitterrand, Marchais, Giscard, moi ça m'a marqué ; même ados, on avait l'impression qu'il y avait un enjeu. Aujourd'hui, ces enjeux, on ne les trouve plus.

Du coup, c'est embêtant, mais les jeunes n'ont plus ces repères là. Je ne dis pas qu'il faut aller tous militer dans la rue, hein... C'est plus la conscience que l'engagement politique, disons c'est la culture politique que le cinéma peut donner à penser : il pose le problème de se positionner. C'est ça ce que j'entends par « engagement politique », c'est moins du militantisme, qu'une volonté de se situer au sein de l'espace politique d'aujourd'hui.

Moi :

Quelles seraient les « actions idéales » que vous feriez maintenant ? Les animations et actions que vous feriez si les finances ne posaient pas de problème ? Vous disiez tout à l'heure que vous aimeriez plus travailler sur le jeune public, mais en faisant quoi par exemple ?

IF :

Déjà, en faisant beaucoup plus de séances scolaires. Trouver plus de créneaux dans notre programmation qui serait orienté vers le jeune public. Comme ça, on ferait un peu plus une « éducation à l'image » - c'est le terme à la mode -, parce que le public se forme dès le plus jeune âge... comme pour la TV. Parce que, l'un et l'autre, ce n'est qu'une question d'habitudes. Je dois avouer avoir été abasourdie d'entendre ce gamin me dire que c'était la première fois qu'il allait au cinéma. Ca, c'est vraiment quelque chose qui nous tient à cœur et qu'on souhaiterait travailler, mais on peut pas tout assumer tout seul...

Moi :

Et ça va les partenariats avec les écoles ?

IF :

Oui, mais ça ne repose jamais que sur des individus.

Annexe 18 : Entretien avec Roland Smith, directeur du *Cinéma du Parc*, Montréal (24/08/11)

Moi :

Je travaille actuellement sur les problématiques métier des exploitants de cinéma. Et dans mon travail, qui se porte davantage sur la situation en France, il est apparu qu'il y a un problème qui se révèle à travers le processus de numérisation des dispositifs de projection, mais qu'en deça, il y a un conflit larvé entre les salles dites « art et essai » et les multiplexes. Ce conflit est certainement le fruit d'un problème de définition de métier...

RS :

Il aurait été intéressant que vous puissiez aller à New York, notamment au New York Film Institute, pour bénéficier d'un point de vue nord-américain. Parce que ce sont les Nord-Américains qui sont initiateurs de cette problématique de numérisation et qui tendent à imposer leurs normes.

Je pense que vous connaissez l'ensemble du problème : il y a des codes d'accès pour débloquer la production, et ces codes sont fournis par le producteur, le distributeurs ou par un tiers agent. Ça, c'est les américains qui ont inventé ça. Ils ont imposé leurs normes au monde. Enfin, je sais pas ce qu'ils font en Chine, mais, pour le reste... En tout cas, les Etats-Unis et le Canada sont actuellement sur cette norme là.

Mais, c'est vrai que je ne vois pas très bien pourquoi vous vous tournez plus sur Montréal...

Moi :

Et bien, c'est parce que je souhaite ne pas avoir un point de vue définitivement franco-français et que m'entretenir avec vous me permet à la fois d'envisager une ouverture, de déterminer ce qui est spécifique à la France et ce qui ne l'est pas. Il me semble notamment important de se tourner vers la francophonie.

En France, il y a de terribles rapports de force entre les salles, mais il y a également des essais, des détournements de ces normes en vue de défendre le cinéma d'art.

RS :

Dites moi lesquels, parce que, moi, je les connaît pas.

Moi :

Ce qui est intéressant, c'est de regarder les tactiques d'exploitants un peu plus isolés. Par exemple en Bretagne, où ils essaient de profiter des dispositifs pour envisager des programmations beaucoup plus riches, notamment en intégrant des documentaires plus ou moins locaux.

RS :

regardez bien, il y a quelque chose de très important à dire au départ, lorsque l'on réfléchit sur le numérique : c'est, comment on paie l'appareil ? Si l'appareil est payé par des collectivités, par des institutions, la vie est belle ! Le problème, c'est que les gens n'ont globalement pas les sous pour acheter les appareils et ils comptent sur « les frais de copie virtuelle » - le VPF.

Alors, ces frais sont à la charge des distributeurs qui font jouer des films sur de nouveaux appareils, à la hauteur de 750 – 800 dollars (canadiens). Le gouvernement, en France, a légiféré et exige que tous les distributeurs paient ces frais, ce qui n'est pas encore le cas en Amérique du Nord.

Ce qui fait que je suis très indépendant, certes, je ne programme qu'à hauteur, disons, de 20% maximum, les films des majors, et le reste est composé de films indépendants – et je suis en train de négocier les frais de copie virtuelle avec ces distributeurs -, mais je n'ai pas les moyens de payer le changement d'appareil. Je dois vraiment compter sur ces frais, qui seront versés à la goutte, petit à petit, à travers les années, pour que je puisse arriver à les payer. En outre, via un « intégrateur », c'est-à-dire un groupe qui se place entre le distributeur et l'exploitant, pour payer ces frais-là et les gérer avec un prêteur. Mais ces grands groupes d'intégrateur fonctionnent surtout en partenariat avec les majors, qui sont les principaux payeurs de frais de copie virtuelle ; or je ne diffuse pas beaucoup de leurs films.

Du coup, j'ai décidé de créer, avec deux copains, une association de cinéma « art et essai ». On l'a créé il y a un mois. Avec cette société, à but non lucratif, nous essayons de faire pression sur le gouvernement, sur le ministère de la culture et de la communication, et sur la SODEC (Société de développements des entreprises culturelles) pour obtenir des dispositions spéciales d'obtention de ces appareils, parce que les distributeurs québécois, y compris les distributeurs de films français, n'arriveront pas à couvrir les frais comme le feraient les Majors. Nous devons avoir une subvention sur l'achat de ces appareils.

Vous avez donc le portrait de la situation en deux mots : en France, actuellement, tous les distributeurs paient la même hauteur de frais à tous les exploitants – peu importe quel soit le type de film : long métrage, documentaire, dessin animé... En France, c'est possible, parce qu'il y a le biais du CNC, où les Majors paient par le biais de la TSA ; ici, il y a pas ça, il y a juste le distributeur et l'exploitant. Evidemment, l'exploitant est pris avec ses charges, ses frais, etc. Il y a pas cette entité, qui prend par ailleurs des charges très importantes sur les billets ; c'est d'ailleurs pourquoi les billets sont plus chers en France qu'ici. À Paris, ça coûte à peu près 15 dollars un billet, alors que chez nous c'est 12 dollars, voire chez moi 11,5 dollars le billet.

Moi :

mais le problème n'est pas que le coût du billet, c'est aussi la qualité de projection et des conditions.

RS :

Alors, ça, c'est un autre problème.

Moi :

Oui, mais je suis obligé de l'intégrer dans mon travail. C'est important, parce qu'en fait, il y a plusieurs problèmes qui se mélangent. Ce que vous venez de dire, c'est une caractérisation du problème, avec la question des rapports de force, et ce problème est évidemment loin d'être négligeable. Mais, il m'est apparu aussi, en tout cas en France, qu'il y a aussi un problème de processus historique, qui fait qu'on peine à déterminer concrètement « ce qui fait cinéma ». Parce que, c'est quoi le cinéma aujourd'hui ? C'est quelque chose de très abstrait. Surtout qu'on peut voir des films sur différents supports. Dans ce cas de figure, est-ce qu'on peut encore parler de cinéma ? Du coup, aller au cinéma, payer 15 dollars pour voir un film dans une salle de cinéma, c'est une action qui s'inscrit dans un type de pensée très particulier et que tout le monde ne semble pas partager.

Parallèlement, il me semble que le danger de l'estampillage « art et essai », c'est qu'il ne fait que caractériser une position contre le cinéma de divertissement, sans pour autant offrir une conception limpide du cinéma.

RS :

Juste avant d'aller plus loin, pour que vous me connaissiez un petit peu : j'ai commencé dans le cinéma en 1963. Ça fait 48 ans que je programme des films dans des salles. Je n'ai pas étudié la programmation dans aucune école. Je suis un *self-made man*. J'ai appris le métier sur le tas. Je suis allé 50 fois à Paris, 34 fois au Festival de Cannes. Juste pour qu vous sachiez que je connais bien votre pays. Certes, pas dans toute son étendue : je suis allé une fois à La Rochelle, une fois à Lyon, une fois à Lille...bon, je connais bien Paris, mais je connais pas la France.

Bon. Bien sûr, le cinéma, on peut le voir sur toutes les plates-formes. Le pire, c'est que le fait de voir un film sur grand écran dans une salle, comme on voit aujourd'hui, ça risque de changer beaucoup. À mon avis, c'est de plus en plus difficile de justifier en quoi c'est essentiel de voir un film et, de surcroît, de le voir en salle, avec des spectateurs qu'on ne connaît pas nécessairement.

Vous voyez, il y a en ce moment le *Festival des films du Monde* à Montréal, qui est, à mon avis un des pires festivals au monde ; celui de Toronto, qui a lieu dans 15 jours est vraiment mieux. Ne serait-ce que les conditions de projection : le *Bell Light Box* est peut-être un des plus beaux édifices au monde pour voir un film (5 très belles salles, un petit hall d'exposition, une petite boutique et, à l'étage, un grand espace de documentation). Les torontois sont vraiment choyés, comparés aux montréalais. Tout cela pour souligner l'inégalité entre les conditions de salle : pas seulement les conditions de projection, mais aussi la question de l'ambiance, de l'atmosphère...

Moi :

c'est cela qui, à mon avis, pose aussi problème aujourd'hui. Il y a un gros problème dans la perception sur le cinéma, notamment sur le cinéma dit « d'auteur » et sur l'art et essai. Justement, quelle est la perception ici ? Et, puisque vous êtes en train de créer une association « art et essai », comment définissez-vous cette notion ?

RS :

Ca ne fait qu'un mois qu'on la crée. Il y a un monsieur, que je connais depuis 30 ans, qui s'appelle Mario Fortin, du cinéma *Beaubien*, dans le quartier Rosemont, au nord centre-ville, et Jacques Loisy, qui est propriétaire d'un grand multiplexes de 15 salles à Sherbrooke et qui consacre 1/3 de sa programmation au cinéma « art et essai ». C'est tout ce qu'on a fait depuis un mois : on a régi nos règles, pour paraître organisés vis-à-vis du gouvernement. C'est sûr qu'il y aura d'autres démarches que l'on va faire dans cette association : on pense faire un colloque, sensibiliser la population à un cinéma différent...

Pour le moment, on va devoir se positionner par rapport au cinéma *Excentris*, qui est sur l'avenue Saint Laurent, et notamment leur salle « cinéma parallèle » qui était la salle, avec les miennes, à diffuser du cinéma « de qualité » à Montréal. Ils ont crié assez fort, en pointant le drame de la fermeture de la plupart de leurs salles ; les médias les ont encouragé. Ils ont réussi à obtenir du gouvernement une subvention de 7 millions de dollars. Un scandale monumental parce que ça va ouvrir dans quelques mois, et ça ne marchera pas. Là, ils ont un tapis rouge pour faire une programmation de qualité, mais les gens ne répondront pas : déjà, il faut voir que dans la rue, il y a de nombreux commerces qui ont fermé, et puis, il y a des problèmes de

stationnement... C'est pas évident. Et puis l'offre a beaucoup changé au niveau des films disponibles. Ils ne pourront pas livrer une marchandise qui vaut une telle subvention. De mon côté, j'ai trois salles, avenue du Parc, et j'ai une programmation beaucoup plus éclectique et nous présentons également beaucoup de films ciblant des communautés culturelles de Montréal par exemple, un festival de films latino-américains – parce que c'est la troisième langue parlée ici. Le public Montréalais a beaucoup plus de considération pour notre cinéma, depuis deux ou trois ans, lorsque la plupart des salles de l'*Excentris* ont fermé, que pour le « cinéma parallèle ». On a un public de « sympathisants » qui sont suffisamment nombreux et réguliers pour pouvoir couvrir nos frais – mais pas pour faire du bénéfice. C'est d'ailleurs une association à but non lucratif – car on ne peut pas envisager de bénéfices – qui gère cela. Et, actuellement, nous cherchons des financements pour obtenir des moyens pour pouvoir acquérir des dispositifs de projection numérique. Avant, parce que nous avions les tarifs les moins élevés, l'on était contactés pour faire des projections pour la presse, pour les professionnels ; mais, depuis le numérique, ça s'est transporté ailleurs, malgré le fait que ça coûte plus cher. On a perdu ce revenu de projections spéciales. On ne fait que les projections des dernières copies 35mm. Alors, cet automne, avec la réouverture du « parallèle » et de l'*Excentris*, ça s'annonce assez difficile pour nous : ils vont mettre le paquet au niveau promotionnel, et, malheureusement, ils vont se planter.

Moi :

Mais, vont-ils se planter parce qu'ils vont faire que reproduire une logique de programmation sans accompagnement ? Il est vrai que le problème des salles – et que l'on croyait compensé par une augmentation du prix du billet – c'est que l'on croyait que le levier de décision était suffisamment actif pour que les spectateurs aillent en salle ; mais, avec l'émergence d'autres supports de diffusion, j'ai l'impression que, pour reprendre Bourdieu, le spectateur est déjà dans une logique de « distinction » lorsqu'il va au cinéma.

RS :

Ce qui fait que des gens comme moi vont encore au cinéma, c'est que, quand on arrive dans une salle de spectacle, l'on fait abstraction de notre vie personnelle. On arrive dans un nouveau lieu, propice au recueillement, propice à « recevoir » de manière plus neutre. Il faut que les salles soient accueillantes, qu'elles ne ressemblent pas à un cirque. Il y a beaucoup de salles populaires, en banlieues de Montréal, qui sont dans des centres commerciaux, où l'on a des autos tamponneuses, des machines à sou, des distributeurs de sodas, etc., et là ça ne prépare pas du tout les spectateurs à un recueillement. On va là avec des amis pour rire, pour se moquer de ce que l'on voit à l'écran, fumer et parler fort pendant les projections et ça ruine totalement le spectacle pour les autres spectateurs présents dans la salle. Les divertissements proposés à l'entrée conduisent les spectateurs à maintenir une attitude désinvolte dans la salle. Il y a même des établissements où il n'y a aucune surveillance : certaines personnes paient un billet et se déplacent d'une salle à l'autre, pour voir tous les films ; ils entrent dans la salle à n'importe quel moment et demandent à leurs amis de résumer ce qu'ils ont manqué du film. Et le propriétaire s'en fout : il a vendu un billet et puis les places sont vides...

Moi :

Ce qui m'intéresse beaucoup, c'est que votre association est obligée de définir « l'art et essai » et de définir cette notion de manière contemporaine, en tenant compte de l'évolution des rapports de force et de l'esthétique du film. Selon vous, qu'est-ce qui caractérise aujourd'hui « l'art et essai » ?

Vous parlez de « cinéma différent », certainement pour ouvrir les idées, mais qu'est-ce que c'est, selon vous, qu'ouvrir les idées ? Comment on le fait, au niveau de la salle et au niveau de la programmation ?

RS :

Vous avez des questions essentielles. Malheureusement, moi, quand je me réveille le matin, j'ai d'autres questions, plus terre à terre. Bon, c'est vrai que le soir je suis présent, pour voir si les clients sont bien accueillis, qu'on réponde bien à leurs demandes et pour voir si l'on contribue bien à faire de l'expérience quelque chose d'intéressant pour eux. Je n'ai pas de réponses toutes faites, ni même bien réfléchies aux questions que vous me posez.

Moi :

Bon, une manière de répondre, prenons par exemple que vous m'embauchiez dans votre cinéma. Qu'est-ce que vous me diriez de faire ? Quelles sont les choses que je ne dois pas faire ? Quelles sont les bonnes et mauvaises expériences que vous avez eues ? À votre avis, c'est quoi les attentes du public ?

RS :

Bah, le public... tenez, vous, par exemple, vous êtes étudiant, vous sortez d'une après-midi de cours ; vous n'avez pas forcément la disposition d'esprit pour être sérieux et à l'écoute de la personne. Ce n'est pas qu'une question de « look ». Tenez, par exemple, on a une nouvelle politique : on ne marque pas le numéro de la salle sur le billet. C'est à la base pour pouvoir changer le film de salle selon les entrées. Mais, du coup, le contrôleur doit savoir dans quelle salle est projeté le film ; ça engage déjà un accompagnement.

En plus, il faut savoir que si la moitié de notre public est francophone, il s'agit néanmoins d'une ancienne salle anglophone ; c'est très important de déterminer la langue du client. Parce que c'est très politique la langue au Québec : certains francophones seraient outrés qu'on leur parle anglais, comme la plupart des anglophones ne supportent pas qu'on leur parle en français. « *I thought it was an english place !* ». Nous, on traite avec les deux. J'imagine que des salles belges rencontrent le même problème. Mais, il me semble que les frontières sont plus délimitées, y compris à Bruxelles, qu'ici.

Moi :

Donc vous êtes obligés de programmer dans les deux langues alors ?

RS :

Les deux langues sont là tout le temps. Par exemple, cette semaine, on projette des films de Tarkovski - *Stalker*, *Solaris* et *Andreï Roublev* - ; ce sont des copies américaines, en russe sous-titré anglais. Alors, on sait que néanmoins 80% de notre public sera francophone, parce que l'éducation cinématographique est meilleure du côté francophone que du côté anglophone. Il faut faire les communications dans les deux langues.

C'est malheureux, parce que j'aimerais bien diffuser des films sous-titrés français, mais cela veut dire importer des copies de France. C'est sûr que quand on aura la possibilité d'importer les fichiers DCP de Paris...

Moi :

Comme quoi, l'on peut tirer des avantages du numérique. Et c'est pourquoi vous avez certainement raison d'essayer de bénéficier d'une identité « art et essai » pour être aidé. Il n'en demeure pas moins qu'il est important d'accompagner réellement le public...

RS :

Je vois. Ca me fait penser au festival où il y avait quelque chose d'intéressant. Bertrand Tavernier était invité et a proposé six films dans le cadre de « coups de cœurs de Bertrand Tavernier » : 3 films français et 3 films américains. J'ai eu la chance de suivre la séance d'un film français et des trois films américains. Il s'agit de « films noirs », dont les copies ont été restaurées grâce aux *Film Noir Foundation* et à UCLA – d'ailleurs le *curator* accompagnait Tavernier. C'est magique, parce que l'on avait une explication du film avant la séance et 45 minutes consacrées aux questions du public après la séance.

Ce qui était très intéressant, c'est que les copies de films américains provenaient de UCLA, donc elles étaient en anglais ; Tavernier a dû improviser ses réponses en anglais parce que l'auditoire était majoritairement anglophone. Ca a été un peu un handicap. Cela dit, c'était des découvertes et surtout, particulièrement intéressant de comprendre le contexte dans lequel ces films étaient faits. Notamment le film français que j'ai vu, d'Autant-Lara, qui a été réalisé dans les années 1940, pendant la Résistance. On avait un point de vue important sur le contexte politique et culturel de ces films.

Voilà, après, je ne sais pas trop quoi vous dire d'autres et je suis prêt à répondre à vos questions pointues dans la mesure du possible.

Moi :

Et bien, quelles sont les grandes contraintes que vous rencontrez dans votre travail ? Quels sont les problèmes que vous avez en tête le matin ?

RS :

Le plus gros handicap des programmeurs de cinéma, qui sont libres de programmer ce qu'ils veulent, c'est la critique de cinéma. C'est les gens qui doivent parler des films que nous projetons. Il y a les quotidiens, les hebdomadaires, la radio, la télévision... J'ai une attachée de presse que j'ai embauchée à temps plein. Non seulement, on choisit des films, mais il faut en faire parler dans la période où nous les diffusons. En faire parler idéalement en bien. Depuis deux jours, on est peu nerveux parce qu'on a programmé toute la filmographie de Jafar Panahi, inclus son dernier film tourné à distance à Téhéran, parce qu'il est prisonnier politique. Le *festival des films du Monde* fait actuellement 4 projections de ce film, et nous en avons préparé 14 dans notre salle (pendant deux semaines, à la séance de 19h). Nous aurons ses 5 autres films, en sous-titres français et anglais, à la séance de 21h. Il faut donc faire une bonne promotion. Et l'on n'avait jamais pensé pour avoir Jafar Panahi au téléphone pour lui poser des questions. Il semblerait pourtant que c'est possible. Alors, hier, branle bas de combat pour joindre l'ayant-droit du film en Europe, pour qu'il fasse le lien avec l'ayant-droit de Téhéran qui permette de joindre Jafar par téléphone. Le journal *La Presse* qui est le plus gros journal francophone ici et qui peut joindre notre clientèle, a un critique vedette, Marc Cassivi, qui a une grande gueule et les gens suivent ce qu'il dit. Quand *La graine et le mulet* est sorti à Montréal, il a dit « je vous ordonne d'aller voir ce film » ; du coup, beaucoup de gens se sont déplacés et ce fût un des plus gros succès du cinéma *Excentris*. Il a eu tort de faire ça : il n'a pas prévenu les gens sur le contenu ; ils se sont déplacés et ils n'ont pas aimé. Du coup, quand *Vénus noire* est sorti, il a dit « je vous suggère d'aller voir ce film ». En expliquant, par ailleurs, tout le problème qu'il avait eu avec sa critique, qui n'était d'ailleurs pas une critique, mais une ordonnance.

Tout ça pour dire que c'est ce monsieur Cassivi qui va faire l'entrevue avec monsieur Panahi. Alors, on attend avec impatience son papier ; surtout qu'il a beaucoup aimé *Ceci n'est pas un film* qui était le dernier travail de Panahi.

Voilà, ça c'est un problème. Après, il y a aussi évidemment : comment faire une programmation ? Ca peut arriver de diverses façons. Les distributeurs nous proposent des

films, qu'ils soient québécois ou qu'ils soient de l'étranger comme des Etats-Unis ou la France, on visionne, on regarde, on aime, on pense que les gens viendront les voir ; on n'est pas subventionnés, donc c'est important ces recettes, pour payer nos salaires. Cet été par exemple, on a été très serré, il fallait que la programmation d'une semaine fonctionne pour que je puisse payer les salaires. C'était vraiment serré parce qu'il faisait beau, tout l'été... Enfin, donc pour nous les recettes et les assistances dans les salles sont bien importants. Il faut faire des choix et ce qui nous pousse à faire tel ou tel choix, c'est l'expérience des années de programmation. C'est aussi connaître le public : moi j'ai notamment une clientèle plus âgée, qui est notre public cible, parce que les jeunes sont plus mal informés, qui sont mal dirigés vers des divertissements qui sont évidemment des choix personnels, mais...

Moi :

Mais le vieillissement de la clientèle est-elle un phénomène plus structurel, que l'on retrouve dans tout le Québec voire dans tout le Canada ?

RS :

Je ne suis pas sûr de pouvoir répondre à ce que vous posez. Tout ce que je peux vous dire, c'est que, quand j'avais 5 ans, 7 ans, on pouvait pas voir de films ici parce que le Laurier Palace avait pris feu en 1927. Donc, de 1927 à 1975, voire 1980, les mineurs de 16 ans ne pouvaient pas aller au cinéma. Exceptés pour les films de Walt Disney, mais il fallait qu'ils soient accompagnés de leurs parents.

Alors mes parents m'emmenaient chaque week end à la frontière américaine, dans le nord de l'état de New-York pour voir des films. Alors, mes parents m'avaient lessivé avec du cinéma américain de qualité – Anthony Mann, Vincente Minelli... Ils avaient quand même du goût. Alors, j'avais vu tout un tas de films, et, du coup, quand j'ai commencé à m'occuper de salles de cinéma, dans les années 1960, j'avais une programmation plus stricte, parce que programmaient les autres salles à Montréal n'était pas à mon goût. Alors je programmais des films que j'aimais.

Et puis, en 1967, il y a eu l'Exposition Universelle à Montréal qui a été vécue, pour beaucoup de Montréalais comme une ouverture sur le monde. Je programmais alors les films que j'aimais dans ma salle *Le Verdi* et les gens sont, d'un coup, venus nombreux. À cause de l'Expo 67. Ils ont continué à venir par la suite parce que le monde amène le monde. Les spectateurs ne pensaient pas forcément que leur voisin de devant ou au bout de la ligne pouvait venir de Trois Rivières ou de Québec ; les Montréalais pensaient que l'ensemble du public était montréalais. Alors, quand le public extérieur commençait à ne plus venir, les montréalais, quant à eux, ont continué à venir. Cette expérience m'a ouverte beaucoup de portes, puisque j'ai pu, ensuite, ouvrir une salle de 1200 places : le *Cinéma Outremont*. On y a programmé des films devant 1000 spectateurs à 20h, 1000 spectateurs à 22h, 800 à minuit... C'était vraiment une très grande salle. Je voulais d'ailleurs vous dire que c'est à moi que l'on a déclaré la paternité de l'expression « cinéma de répertoire ».

Quand j'ai débuté dans le cinéma, il y avait dans les médias – comme par exemple RadioCanada – il y avait, toutes les semaines, une émission qui s'appelait *cinéclub* : vers 20h-21h, on présentait un classique du cinéma. Et c'est là que j'ai *Le voleur de bicyclette* et ce film a été pour moi une révélation : c'est un grand classique du cinéma, et je l'ai vu comme des milliers d'autres parce que c'était passé à la télévision publique. Et, par la suite, on a laissé tomber des émissions comme ça, pour faire place à des soaps ; on a oublié l'éducation cinématographique dans les médias. Tenez, quand le *Décatalogue* de Kieslowski a été montré pour la première fois à la télévision, c'était le dimanche soir à 23h30 : comment voulez-vous qu'il ai une bonne cote d'écoute ? L'éducation cinématographique, il faut se la faire de soi-

même aujourd'hui ; il n'y a pas d'aides de la part du Ministère des Affaires Culturelles. La population est laissée à elle-même.

Moi :

Est-ce qu'ici, il y a des dispositifs, comme en France, « école et cinéma », « Cegep et cinéma »... ?

RS :

Non, les établissements d'enseignement sont équipées pour projeter les films dans leurs propres enceintes. Il n'y a pas de sortie pédagogique.

Moi :

Pour le mot de la fin, je voulais savoir, selon vous, qui êtes embarqués là-dedans depuis longtemps, qui rencontrez différents problèmes, c'est quoi le métier que vous faites ?

RS :

C'est difficile de répondre autre chose que : administrateur et programmeur.

BIBLIOGRAPHIE

Approche institutionnelle de l'espace public cinématographique

Histoires générales de l'espace public cinématographique

- Aumont J., *Moderne ? Comment le cinéma est devenu le plus singulier des arts.*, Paris, Éditions Cahiers du Cinéma, 2007 ;
- Aumont J., « Un film peut-il être un acte de théorie ? », in. *Cinéma(s)* vol.17, n°2-3, Printemps 2007, Montréal ;
- Bottomore S., « Le public qui panique : le cinéma et l'effet-train de 1895 », in. Dujardin P., Gardies A., Gerstenkorn J. et Seguin J-C. (dir.) *L'aventure du Cinématographe, Actes du Congrès mondial Lumière*, Aléas, Lyon, 1999
- Darré Y., *Histoire sociale du cinéma français*, Paris, La Découverte, 2000-
- Montebello F., *Le cinéma en France*, Paris, Armand Colin, 2005
- Gauthier C., Perron T., Vezyroglou D., « Histoire et cinéma : 1928, année politique », in. *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine* 48-4, octobre-décembre 2001
- Jullier L. & Leveratto J-M., *Cinéphiles et cinéphilies*, Paris, Armand Colin, 2010
- Leveratto J-M, « Histoire du cinéma et expertise culturelle », *Politix*, n°61, Volume 16, 2003
- Montebello F., « Les deux peuples du cinéma ; usages populaires du cinéma et images du public populaire », *Mouvements* n°27/28, mai-juin-juillet-août 2003
- Montebello F., « Des films muets aux films parlants. Naissance de la qualité cinématographique », *Politix*, année 2003, volume 16, n°61
- Morin E., *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, Paris, éd.de Minuit, 1959
- Saada N., « Entretien avec Robert Schlokkoff. « La Porte ! ». Les grandes heures du Rex », *Vertigo* n°10, « Le siècle du spectateur », 1993

L'histoire de l'exploitation

- Alexandre O., *Utopia. À la recherche d'un cinéma alternatif*, Paris, L'Harmattan, 2008

- Chaplain R., « Les exploitants des salles de cinéma lyonnaises. Des origines à la seconde guerre mondiale », *Vingtième siècle Revue d'Histoire*, n°79, juillet-septembre 2003
- Forest C., *Les dernières séances, Cent ans d'exploitations de salles de cinéma*, Paris, CNRS, 1995
- Kessler F., « Regards en creux. Le cinéma des premiers temps et la construction des faits spectatoriels », *Réseaux*, année 2000, Volume 18, N°99
- « Le cinéma à Marseille », *La revue culturelle de Marseille*, n°228, mars 2010

Textes de critique

- Banda D. et Moure J. (textes choisis par), *Le cinéma : naissance d'un art 1895 1920*, Champs Flammarion, Paris, 2008
- Daney S., *Le salaire du zappeur*, Paris, Ramsay, 1988
- Daney S., *L'exercice a été profitable Monsieur*, Paris, P.O.L., 1993
- Kaganski S., « Pourquoi je n'aime pas Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain », in *Les Inrocks.com*, 31 mai 2001

Discours de critiques

- Boutang P.-A., *Serge Daney, l'itinéraire d'un ciné-fils*, vidéo, Éditions Montparnasse, 2004
- Ciment Michel, cité in. *Ecran noir*, Dossier sur la critique : <http://www.ecrannoir.fr/dossiers/critique/ciment.htm>
- Frodon Jean-Michel, in Jullier L., *Profession : critique*, Jean_michel Frodon, disponible sur : http://www.canal-u.tv/producteurs/canal_socio_universite_paul_verlaine_metz/dossier_programmes/profession_critique/profession_critique_jean_michel_frodon
- Kaganski Serge, in Jullier L., *Profession : critique*, Serge Kaganski, disponible sur : http://www.canal-u.tv/producteurs/canal_socio_universite_paul_verlaine_metz/dossier_programmes/profession_critique/profession_critique_serje_kaganski
- Sardet Yoann, <http://www.franceculture.com/2009-09-07-la-webcritique-de-cinema-de-twitter-aux-textes-sans-limites.html>

Analyses et théories de la critique

- Bardon Guillaume, entretien pour *France Culture* : <http://www.franceculture.com/2009-09-07-la-webcritique-de-cinema-de-twitter-aux-textes-sans-limites.html>
- Bernard J-J, entretien in. « La Webcritique de cinéma, de Twitter aux textes sans fins, disponible sur *Franceculture.com* : <http://www.franceculture.com/2009-09-07-la-webcritique-de-cinema-de-twitter-aux-textes-sans-limites.html>;
- Habib A., Réponse à « où en est la critique ? », in. *Où va le cinéma ?* <http://ouvalecinema.centrepompidou.fr/?p=843>
- Jullier L., *Qu'est-ce qu'un bon film ?*, Paris, La Dispute, 2002

Théories et histoires de la réception

- Ang I., *Watching Dallas : Soap Opera and the melodramatic imagination*, Methuen, Londres, 1985
- Bottomore S., « Le public qui panique : le cinéma et l'effet-train de 1895 », in. Dujardin P., Gardies A., Gerstenkorn J. et Seguin J-C. (dir.) *L'aventure du Cinématographe, Actes du Congrès mondial Lumière*, Aléas, Lyon, 1999
- Bourdieu P., *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Éd. De Minuit, 1979
- Bourgatte M. Ce que fait la pratique au spectateur. Enquêtes dans des salles de cinéma art et essai de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, 2008, dirigée par Emmanuel Éthis, Université d'Avignon. Disponible sur : http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/36/97/30/PDF/These_Bourgatte.pdf, consultée en mai 2010
- Coulanges P., *Les métamorphoses de la distinction : inégalités culturelles dans la France d'aujourd'hui*, Paris, Grasset, 2011
- Ethis E., « La caisse de cinéma : quand il faut décider », in. *Communication et langages*, n°125.
- Ethis E., *Les spectateurs du temps : pour une sociologie de la réception du cinéma*, Paris, L'Harmattan, 2006
- Leveratto J-M, *La mesure de l'art*, Paris, La dispute, 2000
- Odin R., *De la fiction*, De Boeck, Bruxelles, 2000
- Staiger J., *Perverse spectators : The Practicises of Film Reception*, New York, New York University Press, 2000

Approche économique et approche critique de l'économie politique

Politique culturelle

- Farchy J. et Sagot-Duvauroux D., *Économie des politiques culturelles*, PUF, Paris, 1994
- Gindensperger S., « Guerre des cinémas : Karmitz le rose contre Brard le rouge », *Arrêt sur Image*, 06/02/2008, disponible sur : <http://www.arretsurimages.net/contenu.php?id=378>, consulté le 18 novembre 2010
- Gimello-Mesplomb F., *Enjeux et stratégies de la politique de soutien à cinéma français. Un exemple, la Nouvelle Vague, économie politique et symboles*, thèse de doctorat, université de Toulouse II et CNRS/UTM, Toulouse, 2000
- Polo J-F, « La politique cinématographique de Jack Lang. De la réhabilitation des industries culturelles à la proclamation de l'exception culturelle », *Politix*, vol.16, 2003
- Vernier J-M., « L'État français à la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention à sa dissolution gestionnaire », *Quaderni*, vol.54, 2004

Critique de l'économie politique

- Althusser L., « Idéologie et Appareil idéologique d'État », in. *Positions (1964-1975)*, Paris, Les éditions sociales, 1976
- Balibar E., *La philosophie de Marx*, La découverte, Paris, 2001
- De Certeau M., *L'invention du quotidien I. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990
- Goux J-J, *Marx, Freud. Économie et Symbolique*, Paris, Seuil, 1973
- Goux J-J, « Cash, Check or Charge ? », in. *Communications*, volume 50, 1989
- Goux J-J, *Frivolité de la valeur. Essai sur l'imaginaire du capitalisme*, Paris, Bluson, 2000
- Habermas J., *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1988
- Marx K. *Le capital – Livre I*, Paris, Gallimard, 1968
- Peretti J., « Capitalism and Schizophrenia : Contemporary visual culture and the acceleration of Identity Formation/Dissolution », Consulté le 10 / 02 / 2011 sur : http://www.datawranglers.com/negations/issues/96w/96w_peretti.html
- Polanyi K. - Cangiani M. et Mancourant J. (éd.) -, *Essais de Karl Polanyi*, Paris, Seuil, 2008

- Zizek S., *Fétichisme et subjectivation interpassive*, disponible sur : http://www.marxau21.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=26:fetic-hisme-et-subjectivation-interpassive&catid=51:zizek-slavoj&Itemid=70, consulté le 20 avril 2009

Espace public, Industries culturelles et NTIC

- Breton P. *L'Utopie de la communication*, Paris, La Découverte, Poche/essais, 1997.
- Breton P., *Le culte de l'Internet*, Paris, La Découverte, 2000
- Chantepie P. et Le Diberder A., *Révolution numérique et industries culturelles*, Paris, La Découverte, 2005
- Gabszewicz J. et Sonnac N., *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La découverte, édition révisée et augmentée 2010
- Iskold A. « The attention economy : an overview », http://www.readwriteweb.com/archives/attention_economy_overview.php
- Martel F., *Mainstream, enquête sur cette culturel qui plaît à tout le monde*, Paris, Flammarion, 2010
- Martin A., *Et toi, tu télécharges ? Industries du divertissement et des médias à l'ère du numérique*, Paris, Pearson, 2010
- Scherer E., Une économie de l'attention, AFP / Media Watch, Printemps / été 2008, http://www.mediawatch.afp.com/public/AFP-MediaWatch_Printemps-Ete_2008.pdf

Economie du cinéma en France

- Cocq E., Dantec A., Lévy-Hartmann F., « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », *Revue de l'OFCE*, n°97
- CNC : Rapport du groupe de travail sur le modèle économique du cinéma numérique, avril 2008, CNC
- Creton L., *Cinéma et marché*, Paris, Armand Collin, 1997
- Delon F., « Rapport Delon sur les multiplexes », 2000, disponible sur le site : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/delon/intro.htm>, consulté le 20 avril 2008
- Le Blanc G., « Innovations numériques, distribution et différenciation : le cas de la projection numérique au cinéma », *Entreprise et Histoire*, 2006/2, n°43

Socioéconomie du cinéma en France

- Creton L. (dir.), « Cinéma et stratégies. Économie des interdépendances », *Théorème*, n°12, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2008
- Forest C., *Quel film voir? Pour une socioéconomie de la demande*, Lille, Septentrion, 2010
- Karpik L., *L'économie des singularités*, Gallimard, Paris, 2007
- Le Forstier L., « *Aux sources de l'industrie du cinéma : le cas Pathé*, 13 mars 2007, disponible sur : http://www.canal-u.tv/producteurs/universite_rennes_2_crea_cim/dossier_programmes/les_grandes_le_cons_cinematographiques/aux_sources_de_l_industrie_du_cinema_le_cas_pathé

Analyse spécifique au champ de l'exploitation

- Babeau O., *Le livre blanc des salles obscures. Assurer la pérennité des salles de cinéma dans l'intérêt de l'ensemble de la filière*, Altermind, disponible sur le site de la Fédération nationale des Cinémas Français : http://www.fncf.org/updir/1/livre_blanc_des_salles_obscures.pdf, consulté le 10 septembre 2011
- Demil B. et Leca B., « Architecture de marché et régulation dans l'exploitation cinématographique française », in. *Revue française de gestion* 2003/1, n°142
- Gauthier C., Perron T., Vezyroglou D., « Histoire et cinéma : 1928, année politique », in. *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine* 48-4, octobre-décembre 2001
- Marteaux S. et Mencarelli R., « Positionnement stratégique des entreprises culturelles : proposition d'enrichissement autour du concept de valeur », in. *Revue Management et avenir*, 2005/3, n°5, Paris, Management Prospective Editions
- Roy P., « Vertus de l'innovation stratégique pour les leaders du marché », *Revue Française de gestion*, 2005/2 N°55
- Roy P. et Yami S., « Stratégie de rupture dans un oligopole. Le cas des salles de cinéma », *Revue française de gestion* 2006/8 n°167
- Roy P. « Une lecture spatiale des stratégies concurrentielles », *Entreprises et Histoire*, N°53, 2008
- Van Maele M., *Cinéma : quel avenir pour les salles de proximité ?*, mémoire DESS Développement Culturel, Arsec / Université Lumière Lyon 2, 2003

Enquêtes publiques

- « Évolution du public des salles de cinéma. 1993-2007 », CNC, 2008
- CNC, *Évolution du public des salles de cinéma 1993-2009*, Juillet 2010, disponible sur cnc.fr
- *Jeune public et cinéma* Enquête FNCF – brain value – opinion way. 63eme congrès de la FNCF Bordeaux 30 septembre 2008

Philosophie

Platon et autour de l'œuvre de Platon

- Derrida J., « La pharmacie de Platon », in. Platon, *Phèdre*, Paris, Garnier Flammarion, 1989
- Dixsaut M., *Platon*, Vrin, Paris, 2003
- Platon, *La République*, in. *Œuvres complètes Tome 1*, Paris, Gallimard, 1984
- Platon, *Le Ménon*, in. *Œuvres complètes Tome 1*, Paris, Gallimard, 1984
- Platon, *L'apologie de Socrate*, in. *Œuvres complètes Tome 1*, Paris, Gallimard, 1984,
- Platon, *Phèdre*, Paris, Garnier Flammarion, 1989

Kant et autour de l'œuvre de Kant

- Deleuze G., *La philosophie critique de Kant*, Paris, PUF, 1983
- Ferry L., *Homo Aestheticus, L'invention du goût à l'âge démocratique*, Paris, Grasset, 1990
- Kant E., *Idée d'une histoire universelle au point de vue cosmopolitique. Réponse à : qu'est-ce que les Lumières ?*, Paris, Nathan, 1994
- Kant E., *Critique de la faculté de juger*, Paris, Aubier, 1997
- Kouvélakis E., *Philosophie et révolution. De Kant à Marx*, PUF, Paris, 2003

Benjamin et autour de l'œuvre de Benjamin

- Benjamin W., *Le concept de critique esthétique dans le romantisme allemand*, Paris, Fayard, 1979
- Benjamin W. « L'œuvre d'art à l'heure de la reproductibilité technique » (version de 1936). *Écrits français*, Paris, Gallimard, 1991 (avec l'appareil critique)
- Benjamin W., *Paris, Capitale du XIXème siècle*, Paris, Allia, 2003

- Benjamin W. « Enfance Berlinoise », in. *Les Lettres Nouvelles* 2, n°11, 1954
- Benjamin, *Fragments philosophiques, politiques, critiques, littéraires*, Paris, PUF, 2000,
- Benjamin W., « Sur le concept d'histoire » in. *Écrits Français*, Paris, Gallimard, 1991
- Buck-Morss S., *Voir le Capital, théorie critique de la culture visuelle, Les prairies ordinaires*, Paris, 2010
- Boissière A., La reproductibilité technique chez Walter Benjamin, *Revue DEMéter*, décembre 2033, Université de Lille 3, disponible en ligne, lu le 10 janvier 2011
- Derroitte E., La critique comme théorie de la créativité chez Walter Benjamin, <http://www.raison-publique.fr/article420.html>, consulté le 03 avril 2011
- Löwy M., « Le capitalisme comme religion : Walter Benjamin et Max Weber », in. *Raisons politiques*, N°53, Paris, Presses de Science Po, 2006
- Weber S., « Medium, Reflexivity and the Economy of the Self », Conférence au MIMMOC, 20 décembre 2007

Cavell et autour de l'œuvre de Cavell

- Cavell S., *Les voix de la Raison : Wittgenstein, le scepticisme, la moralité et la tragédie*, Paris, Seuil, 1996
- Cavell S., *La projection du monde, Réflexion sur l'ontologie du cinéma*, Paris, Belin, 1999
- Cavell, « Suppléments à la projection du monde », in *La projection du monde, Réflexion sur l'ontologie du cinéma*, Paris, Belin, 1999
- Cavell S., *A la poursuite du Bonheur. – Hollywood et la comédie de remariage*, Paris, Les Cahiers du Cinéma, 1993
- Domenach É., Scepticisme, « sense data et contexte : JL Austin, S.Cavell, T.Clarke », in. http://sensedata.free.fr/EliseDomenach/EliseDomenach_sense_data_et_contexte.htm, consulté en mai 2010
- Domenach E., « Le cinéma exprime-t-il le scepticisme ? », in. Laugier S. & Cerisuelo M (dir.), *Stanley Cavell, cinéma et philosophie*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2001
- Marrati P., « Une image mouvante du scepticisme », in. *Rue Descartes*, 2006/3, n°53
- Mattéi J-F, « L'image du monde chez Cavell ou *Celle qui n'était plus* », in. Laugier S. & Cerisuelo M (dir.), *Stanley Cavell, cinéma et philosophie*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2001

Jameson et autour de l'œuvre de Jameson :

- Jameson F., *Le postmoderne, ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, Paris, Éditions de l'École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, 2007
- Jameson F., *La totalité comme complot. Essai sur l'imaginaire paranoïaque contemporain*, Les prairies ordinaires, Paris, 2009
- Jameson F., « Le marxisme face à la postmodernité », Entretien avec Stathis Kouvelakis et Michel Vakaloulis, in. *Futur antérieur*, n° 21, 1994 consulté sur : <http://vakaloulis.files.wordpress.com/1994/12/un-entretien-avec-fredric-jameson4.pdf>, le 16 février 2011

Rancière

- Rancière J., *Le maître ignorant, cinq leçons sur l'émancipation intellectuelle*, Paris, Fayard, 1987
- Rancière J., *Le destin des images*, Paris, La Fabrique, 2003
- Rancière J., *Le partage du sensible. Esthétique et politique*, Paris, La Fabrique, 2006

Histoire de la philosophie et des idées:

- Cassin B., « Les grecs d'Onians : « thumos », « âme-sang » et « psukhê », « âme-souffle » », in. Cassin B. (dir.), *Le vocabulaire européen des philosophes*, Seuil/Le Robert, Paris, 2004
- Deleuze G. et Parnet C., *Dialogues*, Paris, Flammarion, 1996
- Foucault M., « des espaces autres », in. *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, octobre 1984
- Foucault M. *Surveiller et punir, naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1975
- Onians R.B., *Les origines de la pensée européenne sur les corps, l'esprit, l'âme, le monde, le temps et le destin*, Seuil, Paris, 1999

Art, sémiotique, esthétique

Théorie de la médiation culturelle

- Caune J., *Esthétique de la communication*, Paris, PUF, 1997
- Caune J., *La culture en action. De Vilar à Lang, le sens perdu*, PUG, réédition 1999

- Caune J., « La médiation culturelle : construction du lien social », *Les enjeux de la communication*, 2000
- Lacerte Sylvie, *La médiation de l'art contemporain*, thèse de doctorat en études et pratique des arts, UQÀM, février 2004,
- Lamizet B., *La médiation culturelle*, Paris, Harmattan, 2000
- Roucous N. et Brougère G., « Loisir et éducation. L'apport d'une nouvelle institution : la ludothèque », in. *Revue Française de Pédagogie*, n°124, 1998
- Tore G-M, « Pour une sémiologie générale du spectaculaire : définitions et questions », in. *Nouveaux actes sémiotiques*, publié en ligne le 12 juillet 2011, disponible sur : <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=3951>, consulté le 10 août 2011

Théorie esthétique

- Barthes R., *La chambre claire : notes sur la photographie*, Paris, Cahiers du Cinéma / Gallimard, 1984
- Château D., *L'Art comme fait social total*, Paris, L'Harmattan, 1998
- Danto A., *La transfiguration du banal*, Paris, Seuil, 1981
- During É., « Prototypes : un nouveau statut de l'œuvre d'art », in. Tron C. (dir.), *Esthétique & société*, Actes, Paris, l'Harmattan, 2009

Art Contemporain : théorie et histoire

- Boissier J-L., *La relation comme forme, L'interactivité en art*, Paris, Les presses du Réel, 2009
- Dallet J-M, Guibert T., Curien F., *SLIDERS, une expérience de cinéma interactif collectif*, consulté sur : http://www.sliderslab.com/pages_fr/PDF/TEXTES/07_dallet_IHM07.pdf consulté le 16 janvier 2011
- Guéneau C., « L'interactivité : une définition introuvable », in. *Communication et langages* Vol.145, 2005
- Morignat V., « Environnements virtuels et nouvelles stratégies actantielles », in. Arts de la scène, scène des arts, Vol. III, Formes hybrides : vers de nouvelles identités, textes réunis par L.Boucrist et M.Freydefont, *Études théâtrales n°30*, Ecole d'Architecture de Nantes - Centre d'études théâtrales de Louvain, 2004. Morignat

- V., « Hypervivants », in. *Adolescence*, « Avatars et mondes virtuels », n°69, Tisseron S. (dir.), PUF, 2009
- Veyrat M., « U-rss : une fabrique du contemporain », in. congrès AIERTI/IAWIS *Imaginary / Imaginaire*, UQAM, Montréal, août 2011
 - Virole Benoît, « Phénoménologie de l'immersion », *Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines*. <http://www.omnsh.org/spip.php?article115> Consulté le 26 décembre 2010
 - Wagon G., *Utopies d'un cinéma interactif, accessibilité des images en mouvement*, thèse de doctorat dirigée par Jean-Louis Boissier, consulté sur : http://cinemactif.free.fr/utopies_cinema_interactif.pdf, consulté le 12 février 2011

Rapports à l'image et à l'imaginaire

- Durand G., – *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, PUF, 1960
- Mondzain M-J., *image, icône, économie. Les sources byzantines de l'imaginaire contemporain*, Paris, Seuil, 2000
- Yates Frances, *L'art de la mémoire*, Paris, Gallimard, 1987

Sémiotique

- Eco U., *Lector in fabula ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Grasset, 1979
- Kristeva J., *Semeiotike. Recherches pour une sémanalyse*, Paris, Seuil, 1969

Problématiques esthétiques du cinéma

Histoire des expressions cinématographiques

- Aumont J., *Montage Eisenstein*, Albatros, Paris, 1979, p.57
- Buendia P. « Du jamais vu ! Le spectaculaire et les effets spéciaux au cinéma », in. Hamon-Sirejols C. et Gardies A. (dir.), *Le spectaculaire*, Cahiers du GRITEC, Aléas, Lyon, 1997
- Di Costa Maria, « Nouvelles formes de récit cinématographique. Vers une écriture des interactions film / spectateur », *Observatoire des Mondes Numériques en*

Sciences Humaines, mis en ligne le 22 février 2006, consulté le 28 décembre 2010
http://www.omnsh.org/spip.php?page=imprimer&id_article=72

- Erkarlsan Ö., « A new gaze at interactive cinema experience : immersion cinema », Intervention dans le cadre du 1st International Symposium on Interactive Media Design, 2003, disponible sur : http://newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd_03/01.pdf, consulté le 16 janvier 2011
- Jullier L., *L'écran postmoderne, un cinéma de l'allusion et du feu d'artifice*, Paris, L'Harmattan, 1997
- Morignat V., « Environnements virtuels et nouvelles stratégies actantielles », in. *Arts de la scène, scène des arts*, Vol. III, *Formes hybrides : vers de nouvelles identités*, textes réunis par L.Boucris et M.Freydefont, *Études théâtrales n°30*, Ecole d'Architecture de Nantes - Centre d'études théâtrales de Louvain, 2004.
- Morignat V., « Hypervision et métacorps dans *Avalon* de Mamoru Oshii », notes de cours disponibles sur http://www.valeriemorignat.net/telechargements/avalon_morignat_hypervision.pdf, consulté le 10 novembre 2010
- Picon-Vallin B., « Le spectaculaire de masse : du théâtre au cinéma (Eisenstein dans le contexte théâtral classique) », in. Hamon-Sirejols C. et Gardies A. (dir.), *Le spectaculaire*, Cahiers du GRITEC, Aléas, Lyon, 1997
- Zizek S., *The pervert's guide to cinema*, Lone star film, 2006

Théories esthétiques du cinéma

- Bellour Raymond, *Le corps du cinéma. Hypnoses, émotions, animalités.*, Paris, P.O.L., 2009
- Deleuze G., *Cinéma 1 : l'image-mouvement, cinéma 2 : l'image-temps*, Paris, éditions de minuit, 1983/1985
- Deleuze G., *Cinéma*, audio, Éditions Galimard, Paris, 2006
- Duhamel G., *Scènes de la vie future*, Mercure de France, Paris, 1930
- Eyzikmann C., *La jouissance-cinéma*, Paris, Union Générale d'Éditions, 1978
- Malraux A., « Esquisse d'une psychologie du cinéma », *Verve* n°8, 1940
- Odin R., *Théorie du cinéma enfin en crise*, *Cinéma(s)*, Vol 17, N°2-3, 2007, Montréal
- Schéfer J-L, *L'homme ordinaire du cinéma*, Paris, Cahiers du Cinéma, Gallimard, 1980
- Morin E., *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, Paris, Éd. De Minuit, 1956

Miscellanées

- Austin J.L., *Quand dire, c'est faire*, Seuil, Paris, 1970
- Besnier J.M. *Demain les posthumains ?*, Paris, Hachette, 2009
- Bruner J.S., *Le développement de l'enfant – savoir faire, savoir dire*, Paris, PUF, 1983
- Deleuze G. et Parnet C., *L'abécédaire de Gilles Deleuze*, Paris, Éd. Montparnasse, 1996.
- Elias N. et Duning E. *Sport et civilisation – La violence maîtrisée*, Paris, Fayard, 1994
- Guégen Bernard, « Les mémoires » in. *Entre maîtrise et vertige, savoir et mémoire à l'heure du numérique*, colloque SERDA/Sorbonne
- Lacan J., *Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*, Paris, Seuil, 1973
- Lordon F., « Revenir à Spinoza dans la conjoncture intellectuelle présente », et « Conatus et institutions : pour un structuralisme énergétique », in. *L'Année de la régulation 2003 – Économie, Institutions, Pouvoirs*, Presses de Sciences Po, Paris
- Montesquieu, *Essai sur le goût*, Genève, Droz, 1967
- Morin E., *Regard sur Edgar, entretiens thématiques accordés à Samuel Thomas*, Éditions Montparnasse, 2004
- Spinoza, *Éthique*, Paris, Ivrea, 1993
- Weber M., *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 2003

Index des œuvres citées

Films de fiction

À bout de souffle (Jean-Luc Godard, 1960),

Avalon, (Mamoru Oshii, 2001)

Avatar (James Cameron, 2009)

Bancs Publics (Bruno Podalydès, 2009)

Blade Runner (Ridley Scott, 1982)

Blow up (Michelangelo Antonioni, 1966)

Blue Velvet (David Lynch, 1986):

La chute (Olivier Hirschbiegle, 2004),

Citizen Kane (Orson Welles, 1941)
Dernier Tango à Paris (Bernardo Bertolucci, 1972),
District 9, (Neil Blomkamp, 2009)
Edvard Munch (Peter Watkins, 1976)
Elephant (Gus Van Sant, 2003),
ExistenZ (David Cronenberg, 1999)
Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain (Jean-Pierre Jeunet, 2001)
Few of us (Sharunas Bartas, 1995)
Histoire(s) du cinéma (Jean-Luc Godard, 1988-1998)
Inglorious Basterds (Quentin Tarantino, 2008)
Invasion Los Angeles, (John Carpenter, 1988)
Johnny Mnemonic (Robert Longo, 1995)
Jungle fever (Spike Lee, 1991)
Kill Bill (Quentin Tarantino, 2003-2004)
La liste de Schindler (Steven Spielberg, 1993)
Matrix (la trilogie),(Frères Wachowski, 1999-2001)
Memento (Christopher Nolan, 2000)
Métropolis (Fritz Lang, 1927)
Mulholland Drive (David Lynch, 2001),
Nosferatu (Murnau, 1922)
La nuit des morts vivants, (George Roméro 1968)
Paranormal activity, (Oren Peli, 2009)
Le projet Blair Witch, (Daniel Myrick, 1999)
Rocky Horror Picture Show (Richard O'Brien, 1975)
Shaun of the dead,(Edgard Wright, 2004)
Smocking / No Smocking (Alain Resnais, 1993), *Tron* (Steven Lisberger, 1982)
 Trilogie Lucas Belvaux *Un couple épatant*, *Cavale*, *Après la vie* (Lucas Belvaux 2002),*Twin Peaks*
 (David Lynch, 1990-1991)
Un prophète (Jacques Audiard, 2009)
Unthinkable (Gregor Jordan, 2010)
Videodrome (David Cronenberg, 1983)

Films expérimentaux et vidéos

Le ballet mécanique (Fernand Léger et Dudley Murphy, 1924)
Cremaster (Matthew Barney, 1994-2002)
Tails de Paul Sharrits (1966).

Les dispositifs plastiques contemporains et le « cinéma élargi »

Beyond interface (Jodi, 1995)

Biomapping (Christian Nold, 2002)

Dérives (Émilie Grenier, 2006)

Last Call (Jung Von Matt, 2009)

Legible City (Jeffrey Shaw, 1989)

Sliders (EESI Poitiers-Angoulême, ESAC Pau, 2008)

Vicinity songs (Émilie Grenier, 2007)

Waxweb (David Blair, 1993)

Romans :

Gibson W., *Neuromancien*, J'ai lu, Paris, 2001

Gibson, *Code source*, Paris, Au diable vauvert, 2008
Magny O. *Dessine moi un parisien*, Paris, 10/18, 2011

Houellebecq M., *La Possibilité d'une île*, Paris, Fayard, 2005

Vinge V., *Rainbows end*, Paris, Robert Laffont, 2005

Musique :

4'33'' de John Cage (1952)

