

REGARDER LE CINÉMA EN LIGNE
L'EXPÉRIENCE CINÉMA ACTUALISÉE PAR LES CATALOGUES
CINÉPHILES DE VIDÉO PAR ABONNEMENT

THÈSE
PRÉSENTÉE
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DU DOCTORAT EN COMMUNICATION

PAR
MARTIN BONNARD

FÉVRIER 2022

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Il est de coutume d'affirmer qu'une thèse ne serait pas ce qu'elle est sans le concours de la direction de recherche. Après dix ans à bénéficier de la supervision scientifique, des conseils (sur l'académie et ses entours) et de l'accompagnement bienveillant de Viva Paci, je constate que je lui dois bien plus.

Mes années uqamiennes doivent beaucoup aux échanges, collaborations et soutiens mutuels avec les collègues du doctorat conjoint en communication, Caroline Martel, Julia Salles, Éric Falardeau, Dishani Samarasinghe, et ceux des bureaux adjacents, Radhanath Gagnon, Joëlle Gélinas, Lena Hübner et Myriam Moore. Pour leurs conseils avisés à propos du processus doctoral : Daniel Bonnard, Évelyne Deprêtre, Alexandre Klein, Fabien Richert. Ma gratitude va aussi aux différentes personnes qui ont appuyé mes recherches de financement : Viva Paci, André Mondoux, Marc Ménard, Katharina Niemeyer, Éric George, Benoît Turquety et Laurent LeForestier.

Un immense merci à Lauriane Savoy pour ses relectures.

Cette thèse a gagné du dialogue, avec une touche de classe internationale, entretenu avec Julien Debonneville et Eva Marzi. En famille, le travail doctoral prend une tournure collective, surtout en temps de pandémie... Un grand merci à ma conjointe, Charlotte Jutras-Marion, pour ses encouragements et à mes filles, Juliette, pour sa patience, et Margaux, pour son courage à toute épreuve. Cette thèse n'aurait pas vu le jour sans le soutien et la perspective critique transmise par mes parents, Sylvie Bonnard et Pierre Huber.

Je tiens également à remercier pour leur efficacité toujours sympathique les docteurs Alami et Poirier, Linda Benabdessalem et tout le personnel du CHU Sainte Justine.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	vi
RÉSUMÉ	vii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
Problématique : contexte et enjeux de la vidéo par abonnement cinéphile	7
1.1 De quelle histoire la vidéo à la demande est-elle le produit ?	11
1.1.1 Notion d'émergence et considérations historiographiques	13
1.1.2 Les premières tentatives de diffusion web du cinéma	17
1.1.3 La mutation de la consommation des films et le contexte des pratiques de visionnement	24
1.2 Les catalogues cinéphiles dans l'ombre des géants de la diffusion web du cinéma.....	28
1.2.1 L'émergence des services de vidéo par abonnement	28
1.2.2 Caractéristiques, marginalité, et temporalité éphémère des catalogues cinéphiles.....	32
1.2.3 Situer le visionnement en ligne dans un mouvement plus large : l'économie de l'attention et le marketing des traces	44
1.3 État de la recherche, originalité et pertinence du sujet	53
CHAPITRE II	
Cadre théorique : l'expérience cinéma et son actualisation sur le web.....	65
2.1 Une rencontre avec les films qualifiée d'expérience	67
2.1.1 L'expérience dans la théorie matérialiste médiatique de Benjamin.....	74
2.1.2 Composante temporelle de l'expérience	77
2.1.3 Composante collective	81
2.1.4 La saturation.....	84
2.1.5 Le faire	86
2.2 L'expérience cinéma à l'aune de sa (re)définition	91

2.2.1	Par un lieu et un temps donné : une salle, un grand écran, une séance...	94
2.2.2	Par la cinéphilie et la critique.....	99
2.2.3	Par la mémoire	123
2.3	Le dispositif du regard cinéma en ligne.....	131
2.3.1	Conceptualiser le passage au numérique grâce à la notion de dispositif	133
2.3.2	Les variantes de l'expérience cinéma : cinéma élargi et exposé.....	146
2.3.3	Le regard cinéma, une forme particulière de médiation.....	152
2.4	Le milieu de la communication, un fil conducteur pour conceptualiser l'influence du numérique.....	155
2.4.1	Aux sources de la communication, un milieu	156
2.4.2	Des appareils aux médiations de médiations	162
2.4.3	Les enjeux de la médiation technique	169
2.4.4	Des dynamiques de substitution par la mémoire technique	174
2.5	De quelques contingences du numérique	177
2.5.1	Les protocoles et l'organisation de la visibilité en ligne.....	177
2.5.2	L'influence et les limites des systèmes de recommandation.....	182
2.5.3	Une médiation qui s'inscrit au sein d'un large système de mobilisation	184
CHAPITRE III		
	Méthodologie d'analyse de la matérialité des catalogues.....	187
3.1	Corpus et collecte de données.....	189
3.1.1	De quelques outils	194
3.1.2	Adaptation de la méthode au corpus	197
3.1.3	Étudier les sélections de titres ou comment aborder la quantité	199
3.2	Analyse et mise en perspective.....	201
CHAPITRE IV		
	Développement : l'esthétique, les discours et les technologies des catalogues cinéphiles.....	203
4.1	Une esthétique des catalogues optimisée pour mieux mobiliser les films (axe 1)	204
4.1.1	L'esthétique générale des catalogues : formes épurées et couleurs d'accentuation	206
4.1.2	L'appropriation des modèles graphiques : comment briser la redondance de la forme ?	217

4.1.3	Les vignettes sont partout ! Elles sont au cœur de la mobilisation des films.....	235
4.1.4	L’emprise du canevas : réplification de la forme et substitution de la relation avec le film.....	243
4.2	Les sélections de titres et leur mise en visibilité par les discours cinéphiles (axe 2).....	250
4.2.1	La programmation des catalogues : présentation des sélections et exploration de l’offre.....	251
4.2.2	Répartition des titres sélectionnés par pays et par cinéastes	259
4.2.3	Les stratégies de mise en visibilité et de temporalisation	269
4.2.4	Exploration en détail, d’où viennent les films	274
4.2.5	La forme et le contenu des paratextes : ton et ambiance.....	281
4.2.6	Les paratextes et la cinéphilie en ligne	290
4.3	Le rôle de la technologie dans la gestion et la curation des versions numériques des films (axe 3).....	309
4.3.1	Systèmes de recommandation contre curation humaine	310
4.3.2	Les technologies employées et les intermédiaires de la diffusion web du cinéma	318
4.3.3	Sous la marqueterie formée par les modules logiciels, un magma de pixels	327
4.3.4	La nécessité de gérer les données d’usage et celles liées aux titres présentés	330
4.3.5	Interactivité et interaction : suivre les propositions de la machine	343
CHAPITRE V		
	Considérations actuelles et retour épistémologique	352
5.1	Circulation par fragments et images en réseau	362
5.2	Brève mise en perspective à l’aide de la télévision et du vidéogramme	370
	CONCLUSION	375
	ANNEXE A Grille de lecture des catalogues cinéphiles	377
	ANNEXE B Exemple de capture d’une page d’accueil Sundance Now (avril 2018).....	381
	ANNEXE C Exemple de capture Tënk (juin 2019).....	382
	RÉFÉRENCES	383

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Présentation des trois sections du catalogue BFI dans la page d'accueil (octobre 2019).	213
Figure 2 : Trois des six vignettes affichées sur la page d'accueil de Filmstruck (février 2017).	216
Figure 3 : Capture d'écran de la page construite sur mesure pour la Berlinale dans le catalogue Fandor (Wayback machine – 4 juillet 2017).	220
Figure 4 : Répartition des titres sélectionnés par décennie et par catalogue.....	258
Figure 5 : Répartition des titres sélectionnés par pays et par catalogue.....	261
Figure 6 : Pays de production des titres sélectionnés pour les 20 cinéastes les plus cités.	266
Figure 7 : Tableau présenté dans la page du film <i>Jacquot de Nantes</i> (Agnès Varda, 1991) sur Mubi.....	292
Figure 8 : Montage d'éléments visuels soulignant la présence de Mark Kermode sur le catalogue BFI Player (juin 2019).	294
Figure 9 : Synapsie et combinaison à partir des termes <i>drama</i> et <i>erotic</i>	300

RÉSUMÉ

Les catalogues de vidéo à la demande par abonnement donnent à voir des films d’hier et d’aujourd’hui. Considérant le rôle exercé par le cinéma dans la constitution d’un regard spécifique, une manière de consommer des images en mouvement qui se prolonge en vision du monde, il apparaît crucial d’analyser les mutations de ce regard lorsqu’il est actualisé en ligne. Intitulée *Regarder le cinéma en ligne. L’expérience cinéma actualisée par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement*, cette thèse s’intéresse à l’offre de visionnement de longs métrages cinématographiques sur ces catalogues. La plateformesation du web et les exigences imposées par le traitement mécanique des textes, sons et images en circulation favorisent le morcellement des contenus. Ceux-ci perdent leur contexte et deviennent échangeables et réutilisables dans de multiples systèmes d’affichage. Face à un tel mouvement de dissémination, l’offre de regard des catalogues tient de l’expérimentation marginale et éphémère autour de l’adaptation au milieu du web de l’expérience cinéma. Désigner de la sorte, le regard cinéma en ligne insiste sur ce qui prépare et entoure la rencontre avec le film, dans le sillage des travaux de Thomas Elsaesser, lui-même inspiré par les écrits de Walter Benjamin à propos des conditions de l’expérience.

À partir d’un corpus regroupant des catalogues en ligne de cinéma indépendant et classique, on observe les effets du passage sur le web des composantes du regard cinéma. Dans une lecture attentive à la réarticulation des relations qui forment le dispositif cinématographique, les mutations touchant à la temporalité du visionnement, aux discours cinéphiles et à la place accordée à la machine dans la manipulation et la curation des films sont décrites. Ces observations soulèvent une

série d'enjeux entourant la sélection, l'éditorialisation et la mise en visibilité des films. Elles mettent en lumière la contribution des catalogues à une nécessaire convocation de la mémoire individuelle et collective du cinéma. La recherche et la collecte de données s'étendent sur une période d'environ sept ans, de 2014 à 2021. Cette thèse suit ainsi l'émergence de la vidéo par abonnement, de son développement au tournant de la première décennie du 21^e siècle à son accélération drastique durant la pandémie mondiale de 2020. Elles couvrent les régions géographiques de l'Amérique du Nord et de l'Europe occidentale à partir de l'étude de catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement en langue anglaise et française, accessibles depuis le Canada, les États-Unis, le Royaume-Uni et la France.

Mots clés : vidéo par abonnement, distribution du cinéma, cinéphilie, études de la culture en ligne

INTRODUCTION

Les catalogues de vidéo à la demande par abonnement¹ donnent à voir des films d’hier et d’aujourd’hui. Considérant le rôle exercé par le cinéma dans la constitution d’un regard spécifique, une manière de consommer des images en mouvement qui se prolonge en vision du monde, il apparaît crucial d’analyser les mutations de ce regard lorsqu’il est actualisé en ligne.

En avril 2020, un journaliste et critique de cinéma intervient dans une émission radiophonique locale². Sa chronique parle de l’acteur japonais Toshiro Mifune et de la rétrospective que lui consacre la Criterion Channel à l’occasion du centième anniversaire de sa naissance. Le catalogue de vidéo par abonnement, bien connu des cinéphiles, programme en effet vingt-six films dans lesquels joue l’acteur devenu vedette internationale par sa collaboration avec le réalisateur Akira Kurosawa. Pour accompagner le lancement de cette sélection de titres, la Criterion produit une courte capsule vidéo paratextuelle que l’on peut facilement assimiler au contenu, dit « bonus », offert dans la plupart des copies de films en format DVD. Le mode d’adresse choisi par la Criterion pour informer la spectatrice³ du film est

¹ Abrégé en *vidéo par abonnement* dans la suite de ce document.

² Segment de l’émission *Pénélope*. Marc Cassivi : *Portrait de Toshiro Mifune, l’acteur fétiche de Kurosawa*, à la radio de Radio-Canada, 8 avril 2020. <https://ici.radio-canada.ca/premiere/emissions/penelope/episodes/460499/rattrapage-du-mercredi-8-avril-2020> (consulté le 14 janvier 2021).

³ Si le genre masculin est utilisé de manière générique dans ce document afin d’alléger le texte, la personne qui regarde les images est toujours désignée par le féminin, selon la tradition des recherches anglophones en études cinématographiques et pour rappeler que le public du cinéma se compose d’identités de genre plurielles, depuis ses premiers temps jusqu’à son actualisation en ligne.

reconnaissable par son ton, sa construction autour de nombreux extraits des films programmés et sa mise en scène posée⁴. Le journaliste mentionne la capsule vidéo dans sa chronique et s'inspire de plusieurs éléments présentés qu'il ajoute à sa propre connaissance de l'histoire de Mifune et du cinéma japonais.

Il s'agit d'un exemple, parmi d'autres, illustrant le rôle joué par les catalogues cinéphiles dans la mise en circulation des discours à propos des films. La rétrospective de la Criterion devient le prétexte à (re)parler d'œuvres du cinéma japonais sur les ondes de la radio locale. Plus pertinent encore pour notre analyse, la reprise des contenus paratextuels contribue également à la circulation d'une manière de voir les films. Cette dernière est ici teintée d'une curiosité cinéphile pour une cinématographie à la fois du passé et étrangère, qu'elle explore par une série d'anecdotes (sur la vie de l'acteur) et suivant les renseignements et les recommandations de prescripteurs légitimes (les critiques de cinéma).

Notre thèse se penche sur la circulation des versions numériques des films et souhaite appréhender le rôle des catalogues cinéphiles de vidéos par abonnement dans l'actualisation sur le web de la manière de donner à voir propre au cinéma. L'offre de regard des catalogues tient de l'expérimentation marginale et éphémère autour de l'adaptation au milieu du web des composantes de ce que nous désignons comme l'expérience cinéma. Nous nommons ainsi la forme de visionnement propre au cinéma, ce qui la prépare et l'entoure, dans le sillage des travaux de Thomas Elsaesser, lui-même inspiré par les écrits de Walter Benjamin à propos des conditions de l'expérience. À partir d'un corpus regroupant des catalogues en ligne de cinéma indépendant et classique, les effets du passage sur le web des composantes de cette

⁴ La critique de cinéma américaine Imogen Sara Smith lit un texte face caméra, cf. *Introducing Toshiro Mifune* (The Criterion Collection, 2020), consulté sur criterionchannel.com le 14 janvier 2021.

expérience sont analysés. Il s'agit d'appréhender les mutations touchant à la temporalité du visionnement, aux discours cinéphiles et à la place accordée à la machine dans la manipulation et la curation des films. La recherche et la collecte de données derrière ces explorations s'étendent sur une période d'environ sept ans, de 2014 à 2021. Cette thèse suit ainsi l'émergence de la vidéo par abonnement, de son développement au tournant de la première décennie du 21^e siècle à son accélération drastique durant la pandémie mondiale de 2020. Elles couvrent les régions géographiques de l'Amérique du Nord et de l'Europe occidentale à partir de l'étude de catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement en langue anglaise et française, accessibles depuis le Canada, les États-Unis, le Royaume-Uni et la France.

Le chapitre I, intitulé « Problématique : contexte et enjeux de la vidéo par abonnement cinéophile », décrit le contexte d'émergence de la vidéo par abonnement cinéophile et souligne le mouvement général qui voit la projection cinématographique en salle commerciale perdre de sa centralité. Il présente, ensuite, les catalogues de notre corpus que voici nommés une première fois : *BFI Player* (Royaume-Uni), *LaCinetek* (France), *Fandor* (Amérique du Nord), *Filmatique* (États-Unis), *FilmStruck* (États-Unis), *Sundance Now* (Amérique du Nord), *Tènk* (Europe), *The Criterion Channel* (Amérique du Nord), *Warner Archive* (États-Unis) et *Mubi* qui offre un catalogue relativement adapté à chacun des deux-cent-cinquante territoires qu'il dessert. Avant de formuler les grandes orientations de notre recherche, on insiste sur la situation marginale des catalogues au sein de la diffusion en ligne du cinéma, largement dominée par les grands joueurs du secteur que sont Netflix, Amazon et consorts.

Le chapitre II, « Cadre théorique : l'expérience cinéma et son actualisation sur le web », s'attache à l'élaboration du concept de « regard cinéma en ligne »⁵. Il s'ouvre par l'élaboration théorique de ce qui sous-tend ce regard, *l'expérience cinéma*. Nous commençons par un bref retour sur les écrits de Walter Benjamin à propos des conditions de l'expérience. Reprenant ensuite les conclusions du débat autour de la place, du rôle et des propriétés du cinéma mené depuis quelques années au sein des études cinématographiques, nous décrivons les différents aspects de *l'expérience cinéma*, dans le but d'appréhender les mutations de ceux-ci lors de la consultation et le visionnement des films à partir des catalogues. Nous choisissons de décrire ces changements selon les enseignements des nouvelles théories du dispositif cinématographique lorsqu'elles décrivent la réarticulation, à travers le changement, d'éléments constitutifs du cinéma. Afin d'étudier le passage des films en ligne, nous convoquons deux séries d'instruments théoriques, la philosophie des *appareils* et l'intermédialité, abordées toutes deux à partir de la notion de *milieu*. Le chapitre se clôt sur une évocation de quelques contingences du numérique : les logiques de gestion, d'ordonnancement et de mise en visibilité des contenus propres au *milieu* du web.

Le chapitre suivant (chapitre III) est consacré à la méthodologie. Il présente les outils et les processus mobilisés pour étudier la matérialité des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement. Nous cherchons à décrire l'esthétique des sites web de notre corpus, collecter et analyser les discours cinéphiles qu'ils produisent et enfin retracer les différentes technologies employées sur leurs sites Internet. Pour ce faire, nous opérons quelques emprunts à l'analyse multimodale des sites Internet et décrivons les

⁵ L'usage des guillemets souligne ici la première utilisation d'un terme créé pour les besoins de notre recherche. Il le distingue ainsi de la reprise d'un vocable ou d'un néologisme issu de la littérature (en italique). Cette règle est valable pour l'ensemble du présent document.

étapes de l'étude de leur interface graphique, ainsi que du recensement et de l'analyse des sélections proposées par les catalogues.

Le chapitre IV, « Développement : l'esthétique, les discours et les technologies des catalogues cinéphiles », présente les résultats de notre étude autour de trois axes qui reprennent chacun l'une des catégories de notre exploration des catalogues. Sont ainsi abordés leur esthétique, les discours proposés en accompagnement des films et les technologies de gestion et de curation des titres. Selon notre approche sensible à la matérialité du web et aux formes de reprise et d'hybridation marquant l'actualisation du *regard cinéma en ligne*, une attention particulière est accordée au mouvement de substitution, de remplacement et aux continuités touchant les constituants de l'expérience cinéma préalablement définis.

Le dernier chapitre (chap. V) replace nos résultats dans le contexte de crise provoqué par la pandémie de coronavirus et le coup porté à l'exploitation du cinéma en salle. Les importants changements que subit l'organisation de l'industrie cinématographique en 2020 sont prétexte à un retour épistémologique sur la construction de notre objet d'étude et son analyse. Ce faisant, le chapitre discute les points principaux relevés dans notre étude, autour notamment de la standardisation et de l'emprise des maquettes graphiques utilisées, du type de cinéphilie favorisée par les discours des catalogues et son influence corollaire sur les modes d'appropriation des œuvres. Enfin, nous étudions le recours à des processus machiniques de gestion et de classification des titres et la pertinence de la notion de *fragments*, en particulier lorsque ceux-ci circulent en réseau, pour appréhender les étapes de décomposition/recomposition des œuvres lors de leur diffusion en ligne. Finalement, nous proposons quelques pistes de renvois diachroniques entre la constitution du *regard cinéma en ligne* telle que nous la décrivons et le moment d'émergence de

deux autres formes d'actualisation du *regard cinéma*, la télévision et la vidéo domestique.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE : CONTEXTE ET ENJEUX DE LA VIDÉO PAR ABONNEMENT CINÉPHILE

La présente recherche s'intéresse au *regard cinéma en ligne* proposé par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement, ainsi qu'aux mutations de l'*expérience cinéma* auxquelles renvoie cette nouvelle offre de visionnement. Afin de souligner la pertinence de ce sujet et la nécessité d'une telle recherche, ce chapitre s'ouvre sur une brève évocation de l'originalité de notre approche. Celle-ci propose, en effet, de mettre en regard des préoccupations traditionnellement explorées par les études cinématographiques (cinéphilie, forme de visionnement, programmation des films, par exemple) avec des observations réalisées dans le cadre d'une étude matérialiste de la culture en ligne. Les dispositions théoriques et méthodologiques, en premier lieu desquelles celles issues des études en intermédialité, nécessaires à une bonne circulation du sens entre ces deux champs d'études seront développées dans des sections ultérieures. Ici, il s'agit de présenter les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement, leur histoire et leur contexte, le tout dans une perspective attachée à une conception bien précise de la distribution. En effet, on pourrait de prime abord situer les catalogues au sein de l'étape de diffusion des films, c'est-à-dire qu'ils joueraient un rôle similaire à celui des exploitants de salle ou des télédiffuseurs généralistes. Cependant, certaines de leurs caractéristiques semblent appeler une autre

catégorisation. Parmi celles-ci, on peut déjà nommer la forme de l'abonnement et le fait que les catalogues étoffent leur programmation en produisant des contenus paratextuels à destination de communautés d'intérêts. Ces caractéristiques les placent davantage du côté des acteurs organisant la répartition des textes et de leur consultation, c'est-à-dire du côté de la distribution dans son acception large. Une telle formulation de la notion de distribution mérite que l'on s'y arrête quelques instants. Regrouper, de la sorte, la constitution et la gestion des audiences, ainsi que la circulation des produits culturels, sous un même vocable peut paraître excessif. Les conceptions classiques, notamment en économie du cinéma, ont plutôt tendance à cantonner la « distribution » à la description d'une étape de la mise en marché des films. Elle renvoie ainsi au contrôle de la monétisation des contenus et à la recherche d'économies d'échelles (Elkins 2016). On trouve pourtant dans la littérature récente une conception élargie de la distribution. Celle-ci replace la mise en marché des produits culturels dans une plus large « régulation de l'accès aux textes, les conditions de leur accès, l'étendue des textes disponibles »⁶ (Lobato 2009, 169, notre traduction). En effet, si l'on considère, avec Sean Cubitt (2005), la distribution comme la gestion de flux d'argent et de produits dans l'espace et le temps, il est aisé de se représenter comment cette circulation contribue à renforcer les différences en matière d'accès. On peut également concevoir, sur un plus long terme, que ces disparités puissent conduire à des inégalités culturelles par acculturation des audiences.

[Ramon] Lobato in particular reminds us that media distribution inscribes cultural difference by fragmenting audiences and transmitting 'values, competencies, and ideology' via texts. (Lobato 2012 : 15 cité dans Elkins 2016 : 230).

⁶ L'entièreté de la phrase citée se lit comme suit : « Distribution lends itself to critical/cultural critique as well as industrial analysis because it ultimately functions to regulate access to texts, the conditions under which they are accessed and the range of texts available. In this way, distribution works to shape film culture in its own image » (169).

Envisager la distribution comme une gestion de la circulation des textes permet donc de mettre en lumière deux aspects de cette dernière : la répartition inégale des biens culturels et, par le fait même, la pérennité de cette configuration. La consommation de certains textes contribue, en effet, et si l'on en croit Ramon Lobato, à renforcer des compétences et des valeurs chez les lecteurs et lectrices. Il ne s'agit pas ici de proposer une vision figée du champ culturel, mais de souligner le rôle des formes médiatiques, et de leur distribution, dans la répartition de la valeur culturelle. Il est d'ailleurs intéressant de noter que ces conceptions d'une distribution élargie intègrent les échanges informels, qui participent de manière non négligeable à la constitution de ces agrégats culturels. L'essor des pratiques d'échange de pair-à-pair de biens culturels par l'intermédiaire des réseaux numériques, sans constituer une totale nouveauté eu égard à l'histoire déjà longue du partage des films sur différents supports⁷, semble donc avoir déclenché une remise en question des concepts associés à la distribution du cinéma.

Une vision large de la notion de distribution permet de tenir compte de ces différents éléments. On la retrouve d'ailleurs implicitement dans la manière avec laquelle Jonathan Gray (2010) reprend et actualise le concept de paratexte emprunté à Gérard Genette (1994)⁸, afin de désigner les textes qui contribuent à la réception de l'œuvre. Si les bandes-annonces et autres productions officielles et informelles liées aux longs métrages (entrevues avec les artisans du film, textes critiques dans la presse,

⁷ On pense ici aux communautés de partage des films sur vidéogramme (Besser 2013; Hilderbrand 2009) et l'on pourrait remonter encore bien plus loin en considérant la copie et la circulation des films sur pellicule.

⁸ À propos du *leg* de Genette, Valentina Re (2016) rappelle la relation de subordination des paratextes au texte dont ils forment les entours. Elle constate la perte de centralité du film dans certaines productions transmédia au sein desquelles chaque texte peut se concevoir comme une œuvre à part entière (bien que liée à un plus large ensemble). Dans notre cas, les paratextes des catalogues cinéphiles jouissent d'une relative autonomie. Ils échappent à une stricte subordination aux films, mais restent toujours orientés dans leur direction et non pas vers un univers ou une narration d'ensemble.

commentaires d'extraits par les fans, etc.) visent notamment à préparer les audiences à recevoir le texte du film, cela suppose un savoir partagé, une série de compétences activées par ces contenus préalables. L'action de distribuer un texte culturel repose sur la connaissance de ces circuits, leur valorisation et leur entretien. À ce propos, Evan Elkins (2016) illustre bien le supplément de sens accordé à la diffusion des films par DVD.

DVD are not simply functional delivery systems for messages or content, but art and entertainment devices that, in their promises for high-fidelity sound and image, bonus features and collectible packaging, offer aesthetic experiences to viewers (227).

Ces *expériences esthétiques* renvoient à l'aspect de la distribution qui nous intéresse ici. Le support se charge d'une valeur culturelle et renvoie à une série de pratiques de visionnement. L'histoire des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement peut-elle, à ce titre, se lire comme la migration des représentations associées à la diffusion spécialisée et à haute valeur ajoutée des coffrets DVD vers les réseaux numériques, comme le propose Daniel Herbert (2011), ou du moins les efforts déployés en ce sens ?

Une conception élargie de la distribution ne saurait répondre à elle seule à cette interrogation, elle est cependant nécessaire à l'ouverture de cette recherche. Le fait de placer la vidéo par abonnement cinéphile dans une perspective plus large permet de justifier son intérêt pour une étude des mutations récentes du cinéma, et ce malgré son poids relatif dans l'ensemble de la diffusion en ligne. Au-delà de l'optimisation des capacités d'acheminement des images vers les abonnés – une série de tentatives et de perfectionnements matériels et logiciels qui renvoie à l'histoire des infrastructures et des techniques du numérique – il s'agit de concevoir les propositions des catalogues comme autant d'expérimentation de distribution cinéphile du cinéma sur le web. À la lumière des éléments évoqués plus tôt, les catalogues cinéphiles tentent d'associer des

valeurs, des compétences et une esthétique à la diffusion en continu des longs métrages. Observée de ce point de vue, leur réussite relative fournit des indices quant aux changements ayant marqué la manière de donner à voir du cinéma durant les deux premières décennies du 21^e siècle.

C'est donc à la faveur d'une conception large de la distribution cinéma que l'on peut saisir l'importance des catalogues cinéphiles comme Mubi ou LaCinetek pour une compréhension des enjeux entourant la diffusion en continu des longs métrages cinématographiques, un mode de consommation du cinéma qui occupe une place de plus en plus considérable au sein de la culture visuelle contemporaine. Cette vision de la distribution renforce également la pertinence de convoquer des éléments étudiés traditionnellement par les études cinématographiques. Les efforts déployés par les catalogues cinéphiles pour offrir une *expérience* à leurs abonnés se déploient à partir des outils habituels : la programmation des films ou l'entretien d'une ambiance cinéophile, par exemple. C'est à travers ces moyens, et leur adaptation aux logiques du numérique, que les catalogues tentent de favoriser la réception des textes qu'ils proposent, d'en organiser la circulation. Ce faisant, ils sont influencés en retour et s'inspirent des pratiques existantes, celles des communautés de fans en ligne bien sûr, mais aussi celles hors ligne qui concourent à la présentation des films dans les festivals et leur évocation dans la presse.

1.1 De quelle histoire la vidéo à la demande est-elle le produit ?

Notre problématique ainsi ouverte à la faveur de cette conception spécifique de la distribution, il s'agit d'arrimer nos objets à leur contexte. Afin de dresser un bref état de la situation de la vidéo par abonnement, on abordera d'abord son histoire, pour ensuite, la replacer dans des observations plus générales concernant le développement du web. Loin d'être un épiphénomène, la diffusion en continu de contenus

audiovisuels par abonnement possède déjà une courte histoire (Cunningham et Silver 2012). Celle-ci est marquée par de nombreuses expérimentations et de multiples impasses – en particulier dans la période qui précède l'avènement et le succès du modèle exploité par Netflix. Sur cette toile de fond, les services de vidéo par abonnement et leur succès inégal et relatif représentent autant de formes médiatiques *en émergence*⁹, des lieux d'expérimentation qui, on l'a vu, dessinent les contours de mutations plus profondes touchant à la distribution et à l'expérience du cinéma. La présentation des premières tentatives et des expérimentations autour de la constitution et de la rentabilisation des services de vidéo à la demande, de leurs échecs respectifs, vise à reconstruire une généalogie des *contingences* du numérique qui s'exercent sur les catalogues cinéphiles. Par *contingences*¹⁰, on entend ici une série de possibilités à exploiter, de voies empruntées lors de la concrétisation des projets de catalogues cinéphiles en ligne. Ces possibilités existent parmi d'autres – il aurait pu en être autrement (la contingence au sens d'éventualité), sans toutefois qu'il existe un nombre infini de solutions possibles. Les voies de réalisation du type de regard sur les films qui nous intéresse sont donc restreintes. Cette limite découle de l'histoire de l'Internet. Une fois une possibilité choisie, elle contraint les développements subséquents et les choix à disposition des individus. Ainsi, l'histoire est toujours ouverte lorsqu'on la regarde à un instant *t*, ce qui justifie de la lire à rebours depuis le présent (selon les prescriptions de la généalogie foucauldienne). Mais elle apparaît également contrainte lorsqu'on l'observe sur le temps long. Chaque généalogie compose, en effet, un tracé spécifique dans les séries de possibilités décrites précédemment.

⁹ La notion d'*émergence* empruntée aux études intermédiales (Besson 2014) ainsi que celle liée de *prototype* (Paci 2012; Paci et Bonnard 2015) aideront à décrire nos objets et les multiples emprunts qui marquent leurs formes plus ou moins transitoires.

¹⁰ Le terme est choisi malgré et grâce aux discussions tenues avec les collègues du doctorat en communication, qu'ils en soient remerciés.

1.1.1 Notion d'émergence et considérations historiographiques

Outre ces considérations concernant le contexte et dans la lignée de l'usage critique de l'histoire que Michel Foucault emprunte à la philosophie nietzschéenne, il s'agit de décrire l'émergence de la vidéo à la demande en s'attachant aux disparités qui la composent, c'est-à-dire « maintenir ce qui s'est passé dans la dispersion qui lui est propre » (Foucault 2001 [1971]). Cette conception de l'histoire privilégie une méthode de *dissociation systématique*, de repérage des événements dans leurs différences et leurs oppositions, et refuse d'adopter un regard téléologique qui verrait un sens donné se dégager de la chronologie des faits. On peut alors se demander quel serait l'apport d'un tel point de vue, en l'absence d'une synthèse capable de dégager une direction, une ligne de progrès dans l'histoire. Pour comprendre l'utilité de cette approche, il nous faut aborder un autre aspect de la généalogie foucauldienne. Lorsque Foucault reprend les interrogations de Nietzsche à propos de l'idée d'origine, il décrit comment celle-ci peut renvoyer à la recherche du moment d'émergence (*Entstehung*) de quelque chose. Ainsi conceptualisé, le moment originel intègre l'hétérogénéité fondamentale de l'histoire que nous venons juste d'évoquer. L'émergence ne renvoie pas à l'aboutissement d'un processus de genèse, mais plutôt au dévoilement des forces en présence. C'est dans leur *interstice*, à partir d'un « certain état des forces » (155) qu'elle se produit. Ainsi, s'intéresser à l'émergence d'un phénomène requiert d'analyser le rapport des forces en présence, comme lieu d'apparition de nouvelles formes.

Quelles sont les conséquences pour notre étude de ces considérations, d'un ordre, il faut l'avouer, plus général que notre sujet ? Le premier enseignement renvoie à la préparation des cadres d'analyse tant de nos objets que de leur rôle dans l'actualisation de l'expérience cinéma en ligne. L'évocation de quelques aspects marquants de l'histoire de la vidéo à la demande peut ainsi nous aider à comprendre l'*émergence* des catalogues cinéphiles. Il s'agit de faire ressortir, à travers cette

histoire située dans les premières années du 21^e siècle, un état de la situation et quelques pistes à reprendre dans l'analyse, mettant ainsi en œuvre la perspective historique critique qui nous anime. Il est ainsi nécessaire de brièvement considérer le tissu de relations entourant nos objets, le rôle des producteurs de coffrets DVD, ou encore, l'état des infrastructures de communication et des pratiques de consommation de la vidéo par Internet. Ces différents éléments constituent des éléments contingents, dont l'influence est repérable dans l'histoire de la vidéo domestique, et qui participent à l'émergence du *streaming* cinéophile. On pense notamment au rôle joué par les grands groupes de distribution hollywoodiens. De leur permanence, ou si l'on veut, de la pérennité de leur influence malgré les changements technologiques et de supports, découle le second enseignement de notre approche critique de l'histoire. Michel Foucault (2001 [1971]) observe, en effet, que les séries d'émergences qui marquent l'histoire peuvent être considérées comme des substitutions. Celles-ci se produisent au moment où un groupe prend le dessus en imposant sa propre direction à un ensemble de règles, processus que Foucault nomme *interprétation*. Si elle ne peut s'appliquer directement à l'étude de nos objets, cette idée amène deux considérations à retenir ici. Premièrement et en accord avec ce qui précède, l'émergence est une réarticulation des forces. Une transformation des rapports entre des éléments déjà présents qui incidemment justifie de considérer leur histoire. Deuxièmement, cette réarticulation est le produit d'un contexte, une mise en jeu de plusieurs forces en présence. Si un acteur peut en bénéficier, l'étude des efforts qu'il a fournis pour y arriver doit être complétée par une nécessaire exploration de cet état des forces. Prenons l'exemple de la société Netflix. À partir des mêmes règles (celles régissant la distribution des biens audiovisuels, le droit d'auteur, la finance) et des mêmes moyens techniques, Netflix s'est hissé parmi les acteurs dominant le secteur audiovisuel mondial. Son émergence tient lieu d'un *remplacement* ou d'un

déplacement, pour utiliser les mots de Foucault. Son accession à la Motion Picture Association of America (MPAA)¹¹ et son implication majeure dans la production de contenu illustrent ce phénomène¹². La société peut maintenant être comparée aux autres *majors* de l'industrie cinématographique. Bien que la réussite de Netflix ne constitue pas l'objet principal de notre analyse, on peut voir, à partir de cet exemple, comment son émergence en tant qu'acteur incontournable de la distribution audiovisuelle découle notamment de la place que lui ont laissée les autres joueurs de l'industrie, un espace chargé d'opportunités que l'on peut concevoir aussi bien en termes de marché, de régulation ou d'innovation technique. Il s'agit d'un point important pour notre analyse. Le relatif insuccès des projets de vidéo à la demande endossés par les majors du cinéma, ainsi que d'autres conglomérats de l'audiovisuel, jusqu'au milieu des années 2010, représente l'un des facteurs menant à l'émergence de catalogues cinéphiles de plus petites tailles.

Depuis 2018, on assiste à une nouvelle vague de création de services de vidéo par abonnement. De Disney à WarnerMedia, en passant par les télédiffuseurs ou les fournisseurs d'accès, tout le monde souhaite proposer sa propre offre d'abonnement¹³. Cette prolifération des propositions se donne en parallèle à la fermeture ou le rachat d'une partie des catalogues cinéphiles de notre corpus. Une telle tendance double pourrait signifier que la parenthèse ouverte à la fin des années 2000 est en train de se refermer. C'est l'une des interrogations de notre thèse. Nous y reviendrons.

¹¹ Voir le communiqué de Presse de l'association : « MPAA Welcomes Netflix as New Member ». 22 janvier 2009. MPAA. Consulté le 4 février 2019. <https://www.mpa.org/press/mpaa-welcomes-netflix-as-new-member/>.

¹² En 2019, Netflix devait produire 80 films pour un budget total de 3 milliards de dollars, juste derrière Disney et loin devant les autres studios (Guerrasio 2019).

¹³ L'engagement des grands joueurs de l'audiovisuel envers la diffusion en continu suscite beaucoup d'espoir auprès des producteurs de cinéma indépendant. Ceux-ci s'attendent à ce que les services les mieux nantis en abonnés dépensent des sommes importantes en acquisition de contenu, et pas seulement à la fin du cycle de distribution de ceux-ci (Keegan 2019).

Avant de décrire quelques-unes des tentatives les plus marquantes, revenons brièvement sur la prise en compte du contexte historique, telle que nous la retenons de la généalogie foucauldienne. Celle-ci va nous amener à considérer le rapport de force conduisant à l'émergence de la vidéo par abonnement cinéophile. Afin de décrire ce rapport, on tissera quelques liens avec un autre moment d'émergence, qui le précède dans le temps, celui de la diffusion vidéo en continu. Nous prendrons bien garde de conserver l'aspect hétérogène et disparate des éléments qui concourent à ces deux moments d'émergence.

L'usage critique de l'histoire auquel nous incite Foucault nous amène donc à considérer spécifiquement le rôle du contexte dans les processus d'émergence. Un autre rapprochement semble également digne de mention. L'observation de la transformation d'éléments déjà présents – ils se trouvent réagencés dans une nouvelle formation – possède des affinités avec l'approche intermédiaire. Rappelons que celle-ci s'intéresse aux continuités et reprises qui marquent les passages d'un média à l'autre. Formant l'un des points centraux de la manière avec laquelle nous approchons les catalogues cinéophiles de vidéo par abonnement, l'apport de ce courant théorique à l'observation de l'actualisation de l'expérience cinéma en ligne sera détaillé à la section *Le milieu de la communication, un fil conducteur pour conceptualiser l'influence du numérique*. Au préalable, remarquons ici que les enseignements de l'intermédialité faciliteront l'observation du mouvement de migration vers le web des versions numériques des longs métrages cinématographiques et la description des mutations touchant aux caractéristiques techniques et esthétiques de l'*expérience cinéma*. Les aspects d'organisation des médias, que nous allons évoquer dans la prochaine section et que l'on pourrait situer du côté d'une économie politique de la distribution en ligne (toujours au sens large) du cinéma, forment le contexte d'émergence de nos catalogues et de la transformation des dites caractéristiques.

1.1.2 Les premières tentatives de diffusion web du cinéma

Les premières offres de téléchargement payant des films datent des années 1990. Leur développement s'intensifie cependant au cours des années 2000, et ce parallèlement à la construction des infrastructures nécessaires à la transmission d'une qualité vidéo suffisante pour concurrencer le format DVD. Cunningham, Silver et McDonnell (2010) identifient trois vagues de services lancés à la conquête du marché de la vidéo à la demande. La première rassemble de petites et moyennes entreprises qui, faute d'avoir trouvé des modèles d'affaires stables, ont rapidement fait faillite. Une large part d'entre elles se spécialise dans les films orphelins (sans ayants droit), les titres tombés dans le domaine public ou issus de la production indépendante. Dans tous les cas, des œuvres dont les coûts de licence sont bas et qui représentent un intérêt commercial avant d'être de réels choix de programmation (Lobato 2009). C'est le modèle de CinemaNow, fondé en 1999. Au bénéfice du soutien financier de plusieurs acteurs majeurs du numérique, dont Microsoft, la société passe entre plusieurs mains, sans jamais dégager de profits substantiels. Son catalogue propose des titres de série B, des productions *straight to video* et des films pornographiques. Ces derniers rapportent de meilleures marges, comme le souligne Lobato (2012)¹⁴.

La seconde vague comporte les offres proposées par les grands acteurs de la distribution cinématographique, à travers des sociétés comme MovieLink et MovieBeam, notamment. Jusque-là, les studios hollywoodiens s'étaient bien gardés d'entrer frontalement sur le marché de la distribution électronique des films. Leur frilosité est due en grande partie à l'importance du secteur de la vidéo domestique, une étape incontournable de la valorisation des titres au sein des différentes fenêtres de diffusion du cinéma. En 2006, les chiffres avancés par les studios eux-mêmes

¹⁴ Lobato reprend les travaux d'Andrew Currah qui souligne l'importance des films pornographiques pour le service CinemaNow. Vendus aux titres, ils peuvent être proposés plus chers et le diffuseur peut conserver une part plus importante des recettes, cf. Andrew Currah. 2004. *The Digital Storm: The Strategic Challenge of Internet Distribution to the Hollywood Studio System*. Cambridge: Cambridge University Press.

indiquent ainsi que le secteur de la vidéo domestique concentre 85% de leurs revenus, dont 55% proviennent de la vente et de la location de vidéogrammes. Selon Andrew Currah (2007), qui cite ces chiffres, le succès du format DVD a pu détourner l'attention des gestionnaires d'Hollywood des possibilités offertes par les réseaux numériques. L'auteur ajoute également que la forte pression financière pesant sur les studios (ils doivent générer des dividendes à court terme et rendre des comptes à de nombreux actionnaires), ainsi qu'une culture d'entreprise peu encline à la prise de risque expliquent cette frilosité.

[The studios'] resistance is analogous to earlier moments of technological 'disruption', from the rise of television in the 1950s to the spread of home video in the 1980s, which were seen to undermine control over distribution and increase 'piracy'. (Currah 2007, 364)

Les grands distributeurs laissent ainsi à d'autres acteurs la possibilité d'expérimenter autour de la diffusion en ligne des films. Certains de nos catalogues cinéphiles ont certainement bénéficié de ce champ laissé relativement libre à la poursuite de leurs activités. Si les studios souhaitent préserver leur relation avec les exploitants de salle et conserver leurs sources traditionnelles de revenu (notamment ceux très conséquents issus des marchés secondaires à l'international) (Holt et Sanson 2014), la baisse des ventes de vidéogrammes va précipiter leur entrée sur le marché. Dès 2008, les studios s'appuient sur la chute des revenus issus de la vente et de la location des DVD et la menace du partage des films en ligne pour remettre en question la temporalité des fenêtres de diffusion (et les périodes de latence qui les séparent) et justifier leurs expérimentations de diffusion en ligne simultanée ou quasi simultanée avec les sorties sur support physique (Nelson 2014). Bien que soutenue par la force commerciale et financière des *major*, la réussite des initiatives de vente directe aux consommateurs reste néanmoins équivoque. Elles sont à leur tour vouées à disparaître. On peut penser aux échecs commerciaux de MovieLink (coentreprise formée par Sony, Warner, Universal, Paramount et MGM) et MovieBeam (Disney). Il est

d'ailleurs intéressant de relever ici la stratégie des grands studios hollywoodiens. Leurs dirigeants sont, à cette époque, persuadés de la capacité des conglomérats du divertissement qu'ils représentent de « donner forme à l'évolution sur le long terme du marché émergent [de la distribution numérique] » (Currah 2007, 369). Ils déploient plusieurs stratégies en ce sens – sur le plan légal (avec le Digital Millennium Copyright Act (DMCA) aux États-Unis), en imposant des standards technologiques (les Digital Rights Management (DRM), en usant de leur poids commercial et économique (formation d'alliances, accords d'exclusivité, lobbying, etc.) et en mettant sur pieds de vastes campagnes publicitaires de lutte contre le « piratage ». Ils visent ainsi à créer un *marché sécurisé* de la diffusion numérique, dans lequel le distributeur conserve le contrôle sur les contenus et leur utilisation, tout aussi bien que sur les *trajectoires d'innovation* qui définissent les futures articulations de la diffusion numérique (Currah 2007). Lancé en 2011 par une alliance de plusieurs studios et d'autres acteurs du numérique (Intel, Cisco, Adobe, etc.), le système Ultraviolet s'inscrit tout à fait dans cette vision des possibilités de valorisation de l'Internet. Il s'agit d'une « bibliothèque infonuagique de gestion des droits numériques »¹⁵. Elle permet de faire le lien entre les ventes physiques et une version téléchargeable de l'œuvre, selon la logique « acheter une fois, regarder partout » décrite par Elissa Nelson (2014, notre traduction) citant un article du *Home Media Magazine*. Ultraviolet ne semble cependant pas correspondre aux attentes des consommateurs et devient l'emblème de la rupture qui sépare la volonté des distributeurs et celles des internautes quant à la consommation des biens culturels sur l'Internet (Nelson 2014).

Le programme des *majors* ne s'est que partiellement réalisé, du fait notamment de l'incapacité des restrictions techniques (DRM) à limiter les échanges de contenus

¹⁵ Selon le site web du service cité par Virginia Crisp (2015, 65, notre traduction).

culturels en ligne et à l'arrivée de nouveaux joueurs proposant des solutions efficaces d'acheminement des contenus basés sur des innovations techniques (Netflix). Les stratégies identifiées par Andrew Currah restent cependant pertinentes dans le cadre de notre présentation des forces en présence. Ces normes légales et techniques, ainsi que l'organisation économique et commerciale qui leur correspond contribuent à déterminer la forme des infrastructures de télécommunication, les caractéristiques techniques des appareils et le cadre légal au sein desquels évoluent les services de vidéo par abonnement.

Finalement, la troisième vague renvoie aux services encore présents à ce jour et dont le poids est toujours significatif (Amazon, iTunes, Netflix, Hulu). Le cas de Netflix est indicatif, car il regroupe plusieurs des éléments qui peuvent expliquer la réussite du modèle de la vidéo par abonnement, une forme de monétarisation (pour tout ou partie des contenus proposés) adoptée à la fin des années 2010 par la plupart des acteurs du marché. On peut relever deux éléments. Premièrement, Netflix a su profiter des marchés financiers pour mener une guerre de prix, éliminant la concurrence et s'assurant un large bassin d'abonnés captifs (Manjoo 2014). Elle est ainsi parvenue à accaparer une part importante des profits liés à la diffusion en ligne des films (Gubbins 2012). Deuxièmement, jusqu'à ces dernières années, son catalogue s'appuyait largement sur des œuvres ayant déjà circulé sur les fenêtres de diffusion traditionnelles du cinéma (salle, télévision payante et publique, vidéogramme, etc.). Netflix a pu ainsi négocier l'acquisition en masse de licences de diffusion des films. Cet aspect est encore renforcé par le mélange de productions cinématographiques et télévisuelles, dont les spécificités tendent à disparaître aux yeux des spectateurs (Iordanova et Cunningham 2012). Face à ce gigantesque réservoir audiovisuel, le système de recommandation employé par Netflix joue un rôle crucial. Malgré l'action de celui-ci, la stratégie de Netflix a provoqué de nombreuses critiques quant à la qualité de son catalogue, en particulier en dehors des États-Unis. Des critiques

auxquelles la société de Reed Hastings pallie en investissant massivement dans la production de ses propres contenus¹⁶.

Du côté de la distribution indépendante et des productions plus modestes, telles les restaurations patrimoniales de classiques du cinéma par exemple, on retrouve aussi la forme de l'abonnement. Fandor et Mubi sont parmi les premiers catalogues web à proposer un modèle basé sur une programmation et des paratextes cinéphiles. Les titres qu'il proposent sont notamment issus des transferts numériques des acteurs historiques sur ces marchés de niches. Ils proviennent de compagnies éditant des titres sous forme de vidéogrammes : Kino Lobster, Celluloid Dreams ou encore The Criterion Collection. Les catalogues cinéphiles en ligne ajoutent à la circulation des copies DVD (vendues dans leur format physique sous la forme de coffrets regroupant textes et matériaux complémentaires) des outils de réseautage social, des billets de blogue sur l'actualité cinéphile, etc. (Dequen 2009; Herbert 2014). Sur ces marchés, la monétarisation des contenus peut parfois passer au second plan. Autour des années 2010, les distributeurs diffusent leurs films sur les catalogues cinéphiles afin de gagner en visibilité ou de tester la réception sur certains marchés (les licences sont la plupart du temps réparties par grandes zones géographiques et par pays). Cette prospection leur permet de préparer une éventuelle distribution des films sur support physique (Dequen 2009). Une telle stratégie orientée vers les ventes de DVD est sans doute moins présente en ce début de la décennie 2020¹⁷, mais le marché reste divisé en zones géographiques et les catalogues diffèrent grandement d'un pays à l'autre.

¹⁶ Pour une histoire de l'entreprise et les détails de la réussite de son modèle d'affaire, voir le livre de Capucine Cousin, *Netflix & Cie: les coulisses d'une (r)évolution* (2018).

¹⁷ Il faut néanmoins noter que l'achat sur vidéogramme, s'il est indubitablement moins répandu, passe par d'autres voies, celle de la production à la demande (Manufactured-on-demand ou MOD) de Warner Archive par exemple. Il répond à de nouveaux besoins, le fait d'acquérir un film en DVD pour s'assurer d'y avoir accès sur le long terme notamment. À la suite de la fermeture de Filmstruck et de son volet consacré à la Criterion Collection, les équipes de ce distributeur indépendant remarquent une augmentation de l'achat des titres sur DVD et Blu-ray (Kohn 2019).

Les coûts relativement bas associés à la diffusion d'un titre dans un territoire donné permettent toujours d'effectuer de tel test d'audience. D'ailleurs, si ces catalogues, plus confidentiels que le géant Netflix, s'appuient de manière similaire sur les revenus issus des abonnements, la forme de la cotisation mensuelle recoupe ici des logiques liées à l'acquisition réelle ou perçue par les usagers d'un capital culturel. S'abonner au service, c'est aussi marquer son appartenance à un groupe d'individus doués de compétences et de goûts similaires, ainsi que partageant des pratiques d'utilisation (Herbert 2011). D'où la nécessité pour les distributeurs de cinéma indépendant ou *niché* de connaître la réponse de ces communautés cinéphiles aux titres qu'ils diffusent.

La présentation de ces trois vagues peut donner une impression de déroulement chronologique, évoquer leurs apparitions en succession depuis le tournant du millénaire. Il est vrai que ces trois vagues correspondent chacune à des moments durant lesquels elles marquent plus significativement l'organisation économique de la diffusion en ligne. Par contre, les trois formes décrites : une multitude de sociétés de taille modeste à la santé financière fragile, des initiatives plus ou moins frileuses des grands joueurs de l'industrie ou l'entrée de nouveaux acteurs capables de bouleverser le marché se donnent également en cohabitation. Elles sont présentes à différents degrés tout au long de la période décrite ici. Cela n'empêche pas les nouveaux développements, autour notamment de facteurs inédits. L'analyse des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement doit, par exemple, prendre en compte la prise de participation de ces derniers aux étapes de production des films qu'ils présentent ; le phénomène touche les grandes entreprises de diffusion en continu (Netflix, Amazon, Apple), tout aussi bien que les plus modestes. C'est le cas de Tënk, l'un des

catalogues cinéphiles de notre corpus qui se consacre entièrement au cinéma documentaire¹⁸.

On retiendra finalement quelques invariants de cette courte histoire de l'avènement de la vidéo à la demande. En premier lieu, et à propos des contenus eux-mêmes, pour différentes raisons (coût des licences, exclusivité de diffusion, gestion des droits), les catalogues comportent de nombreux titres dont les droits sont échus ou peu chers. On reviendra sur les tenants et les aboutissants de ce constat. En second lieu, il faut relever l'ambivalence des actions des grands joueurs de l'industrie cinématographique, à la fois peu enclin à diffuser leurs contenus par les canaux du numérique et désireux de façonner les caractéristiques du marché. En dernier lieu, la place et l'importance des formes de monétisation des contenus doivent être soulignées, et cela pas uniquement en termes de rentabilité des entreprises de vidéo par abonnement. Sur un plan strictement économique, on l'a vu, les stratégies derrière l'inclusion des titres dans les catalogues ne découlent pas toujours de leur profitabilité escomptée. La forme de l'abonnement tend d'ailleurs à lisser l'importance d'un titre en particulier, puisque celui-ci se trouve regrouper avec d'autres films, tous inclus dans le même ensemble visionnable sans limites. D'autres incitatifs entrent donc en ligne de compte. Au premier chef desquels se trouve la collecte de données sur les comportements des utilisateurs : leur réaction à certains titres, la longueur des visionnements, etc.¹⁹ À ce propos, qu'en est-il des pratiques de visionnement des films de longs métrages sur le web ?

¹⁸ L'achat des droits de diffusion par le catalogue au moment du développement des futurs projets permet notamment aux producteurs de bénéficier d'un financement du Centre National de la Cinématographie (CNC), voir « ÉPISODE #4 : Un nouveau soutien pour la création documentaire ». 16 août 2018. Le blog de Tènk. <http://leblogdetenk.fr/episode-4-un-nouveau-soutien-pour-la-creation-documentaire/>.

¹⁹ Cet enjeu majeur est abordé en détail à la section *Situer le passage en ligne des catalogues dans un mouvement plus large* de cette problématique.

1.1.3 La mutation de la consommation des films et le contexte des pratiques de visionnement

Dès le tournant de la première décennie du vingtième siècle, l'accès à l'Internet à large bande se généralise²⁰. Cette section résume brièvement les enjeux entourant cette tendance, les nouvelles habitudes liées à la consommation des films en ligne et quelques éléments du contexte englobant cette manière particulière de voir les films²¹.

Avec la généralisation des connexions Internet permettant un haut débit de téléchargement, de plus en plus d'habitants des pays occidentaux se tournent vers les réseaux numériques pour accéder à des copies numériques des films. Si la télévision, en particulier les chaînes payantes, conserve une place centrale, on observe une diminution de la fréquentation du cinéma et une chute des ventes de vidéogrammes (VHS et DVD) (Marceau 2014). La consommation sur demande des films et des émissions de télévision prend de l'ampleur par rapport à la diffusion linéaire des contenus selon une grille horaire préétablie (Nordicity 2011). Les spectateurs expriment la volonté de pouvoir visionner les contenus, non seulement à n'importe quel moment, mais aussi sur divers supports (ordinateurs portables, tablettes) permettant une plus grande mobilité que le traditionnel poste de télévision trônant au centre du salon. Ce dernier prend, quant à lui, son indépendance par rapport aux réseaux câblés et hertziens. Les contenus peuvent être visionnés par contournement, c'est-à-dire directement depuis le web, par l'intermédiaire de boîtier OTT (*over-the-top*) ou par le truchement du téléviseur lui-même. Les prix des téléviseurs connectés de salon baissent en effet fortement (Lobato 2009).

²⁰ En particulier dans les pays de l'hémisphère nord, plus précisément pour l'Europe occidentale et l'Amérique du Nord, régions géographiques concernées par cette recherche.

²¹ Plusieurs éléments évoqués dans cette section proviennent de travaux menés en collaboration avec Charlotte Jutras-Marion, sous la direction de Marc Ménard, cf. *Les nouveaux modes de distribution cinématographiques et télévisuels*, rapport de recherche, CRICIS, juin 2014.

Ajouté à cette multiplication sans précédent des écrans, ou plutôt des terminaux permettant l’affichage de vidéos, on assiste à une décentralisation de la projection en salle commerciale (Casetti 2015). Celle-ci occupait une place de choix dans la mise en marché des films (Finney 2010; Ulin 2010) et dans la (sur)vie de ceux-ci sur les marchés secondaires de la vidéo domestique – DVD (location et vente) et télévision (payante) (Marceau 2014; Nordicity 2011). Le visionnement de longs métrages cinématographiques par contournement (*over-the-top*) depuis les plateformes Internet, en forte croissance (Delcroix, Desbiey, et Le Moine 2015)²², représente l’un des symptômes de ce décentrement. Le terme *décentrement* renvoie ici à une relative perte d’hégémonie. La place de la salle de cinéma commerciale se trouve en pleine redéfinition, et ceci avant même le coup porté à l’exploitation en salle par la pandémie mondiale de coronavirus²³. On connaît la ténacité de Netflix dans sa remise en cause des règles tacites de l’industrie en la matière, à commencer par les fenêtres d’exclusivité pour les sorties en salle. En 2018, la société de Reed Hastings donne néanmoins des signaux contradictoires en organisant des projections en salle pour trois de ses longs métrages les plus porteurs – *Roma* (Alfonso Cuarón), *The Ballad of Buster Scruggs* (Ethan et Joel Coen), *Bird Box* (Susan Bier). Il est difficile de savoir si cette stratégie vise à contenter les stars engagées sur ces projets, favoriser leurs nominations aux Oscars ou plus prosaïquement déstabiliser les exploitants de salle. Du côté d’Amazon Studios, les sorties de productions originales semblent suivre un schéma plus classique. *Manchester by the Sea* de Kenneth Lonergan (2016) a d’abord recueilli un box-office important avant d’être proposé en diffusion sur la plateforme Amazon Prime (Raftery 2018).

²² L’Observatoire européen de l’audiovisuel constate, à partir de chiffres datant de 2019, un accroissement important du secteur, même si celui-ci continue de représenter qu’une fraction (moins de 10%) des revenus totaux du marché de l’audiovisuel européen (Grece 2021).

²³ Nous revenons sur quelques constats et réflexions à propos des effets de cette pandémie sur notre objet de recherche dans notre dernier chapitre.

La location numérique (vidéo à la demande)²⁴, la vidéo par abonnement²⁵ et finalement, la diffusion en ligne sans frais sur demande²⁶ viennent ainsi s'ajouter à l'offre traditionnelle. L'augmentation des bandes passantes et l'amélioration de la qualité d'image (notamment par le développement des algorithmes de compression), deux facteurs qui freinaient la distribution en ligne de contenus audiovisuels au cours des années 1990 et début 2000, permettent à la vidéo en ligne de concurrencer le marché des supports physiques (DVD et Blu-ray) en fort déclin depuis la fin de la décennie 2000 (Cunningham, Silver, et McDonnell 2010; Cunningham et Silver 2012; Marceau 2014). Au cours des années 2010, l'ordre de grandeur entre les deux marchés s'inverse et, en 2020, la vidéo à la demande représente 85% du chiffre d'affaires de la vidéo (vidéogrammes et en ligne)²⁷.

Le développement de la diffusion en continu s'accompagne surtout d'un vent d'optimisme quant à la capacité de rupture de la distribution en ligne. Selon plusieurs auteurs, celle-ci induirait une augmentation de la diversité culturelle en fournissant aux producteurs un accès direct à leurs audiences, par-delà les frontières et sur des marchés de niches. À ce propos, les thèses de Chris Anderson sur l'aptitude du numérique à *éliminer les contraintes de capacité*²⁸ et ainsi permettre de rentabiliser la diffusion d'un plus large éventail de titres ont fait long feu. Dans un ouvrage publié pour la première fois en 2006 et intitulé *La longue traine : quand vendre moins, c'est vendre plus*, Chris Anderson (2012) désigne les marchés de niche comme le moteur de l'économie du divertissement et des médias au 21^e siècle. Selon cette logique, les

²⁴ Les services offerts par les GAFAM (iTunes, Google Play, etc.) jouissent d'une grande popularité. La vente au titre est également prisée par les distributeurs (VUCAVU, les mutins de pangée) et les cinémas indépendants (le Film Forum de New York, le Cinéma du Parc à Montréal).

²⁵ Dont les représentants les plus connus sont Netflix, Disney+, HBO Max, etc.

²⁶ Tel qu'une partie des contenus du site Internet de Tou.tv ou le visionnement financé par la publicité de Crackle (Sony).

²⁷ Voir le rapport de l'*Observatoire de la vidéo à la demande* (2020), p. 18.

²⁸ Pour reprendre le commentaire de Ramon Lobato (2009 : p.174) sur les thèses d'Anderson.

marchés de niche apparaissent avec la fin du monopole de la rareté propre aux marchés physiques. Alors que les commerces locaux sont limités par la sélection d'un nombre limité de titres (musique, films, ou livres) rentables dans leur région, le numérique permettrait la mise en place de catalogues illimités (sans contrainte de stockage)²⁹. Ces thèses s'inscrivent dans une plus large croyance en la capacité de rupture du numérique en ce qui a trait à la distribution des biens culturels (Broderick 2008). Thomas Paris (2010), par exemple, part de la prémisse que les NTIC et la mondialisation favorisent la diversité culturelle : « [l]a mondialisation, c'est la multiplication des échanges, et donc la rencontre, le métissage, l'enrichissement des cultures. Les TIC - Internet et le numérique -, c'est l'accès de tous à la culture, aux moyens de production et aux moyens de diffusion » (45). Selon lui, le numérique donne la possibilité aux petites productions de rejoindre à moindres coûts un public international et donc de bâtir une rentabilité impossible à atteindre localement. S'inscrivant dans la logique des effets positifs de la *longue traine* décrits par Anderson, Paris souligne le passage des industries culturelles d'une production de masse à une production individualisée. D'autres travaux, plus critiques, constatent cependant que la distribution reste concentrée sur un nombre restreint de titres (Elberse 2013) et que la gestion des infrastructures nécessaires à la circulation des contenus demeure entre les mains d'un petit nombre d'acteurs au sein des industries de la communication (Bouquillion 2012).

Les nouvelles offres de visionnement en ligne correspondent également à des investissements considérables dans les technologies de l'information et de la communication. Cela peut concerner l'infrastructure supportant les réseaux numériques ou bien la mise en marché d'appareils électroniques multimédias destinés

²⁹ Selon Anderson, l'incitation pour les commerces à adopter cette nouvelle économie des niches réside dans la *longue traine*. Les revenus dégagés par le groupe des titres les plus vendus sont équivalents, voire inférieurs aux ventes agrégées de la masse des titres restants.

à la grande consommation (Iordanova et Cunningham 2012; Lobato 2019). Les nouvelles habitudes liées au développement du web et des échanges numériques en général incitent l'industrie du cinéma à modifier ses pratiques (par exemple, en rapprochant les différentes fenêtres de diffusion des films) et font naître de nouvelles attentes chez les consommateurs, notamment envers « le téléchargement pair à pair et la gratuité (autorisée ou non) de certaines œuvres » (Marceau 2014, 23).

1.2 Les catalogues cinéphiles dans l'ombre des géants de la diffusion web du cinéma

Après avoir décrit le contexte entourant l'émergence de la vidéo à la demande, concentrons-nous maintenant sur les entreprises, qui dans la dernière décennie particulièrement, se sont tournées vers la monétarisation de leurs catalogues par la vente d'abonnements au mois ou par année. Nous allons voir les avantages et les enjeux économiques liés à cette formule, avant de présenter les principales caractéristiques des catalogues cinéphiles qui font l'objet de notre recherche. Au-delà de la production de contenus contextuels et des efforts de curation et de programmation des œuvres qu'ils déploient, les catalogues cinéphiles possèdent une série d'aspects en commun, notamment leur marginalité et leur rapport au temps. Pour finir, quelques éléments de contexte seront encore relevés à propos de la saturation informationnelle sur le web ainsi que de la collecte de données.

1.2.1 L'émergence des services de vidéo par abonnement

Le succès rencontré par le modèle de Netflix tend à occulter d'autres acteurs du *streaming* en ligne, tel Hulu par exemple. Créé en 2007, le site propose des contenus en visionnement illimité contre un prix forfaitaire par mois, celui-ci étant

subventionné par de la publicité³⁰. Plusieurs *majors* prennent des parts dans la société et contribuent au catalogue (NBC Universal, 21st Century Fox et Disney). Les modèles de monétarisation des contenus basés sur la perception régulière d'un montant fixe ont l'avantage de s'adapter à la transformation de la nature économique des biens culturels. Ceux-ci, à la faveur de leur numérisation, peuvent être vendus sans être inscrits sur un support tangible. Au sein de l'organisation classique de la distribution cinématographique, les supports physiques permettaient de capturer la valeur du bien culturel. Au tournant des années deux-mille, le secteur de la vidéo domestique au niveau mondial rapporte ainsi 14 milliards de dollars de revenus nets aux studios hollywoodiens, presque autant que le secteur de la télévision et sans comparaison avec les revenus du box-office, grevés pour leur part par les dépenses en publicité (Schatz 2008, 37). Guglielmo Pescatore, dans son article *Piracy and Consumption of Digital Goods* paru en 2014, détaille le passage des films du statut de biens privés sur support physique (avec exclusion et rivalité), à celui de biens publics, au même titre que d'autres biens d'information circulant librement sur les réseaux numériques. C'est alors du côté de l'appareil légal et de la lutte commerciale contre la contrefaçon que s'organise la transformation des biens culturels en bien de club. Le fait de les consommer ne réduit pas la quantité disponible, mais ils ne sont pas accessibles à tous (sans rivalité, mais avec exclusion).

Les explications de Guglielmo Pescatore permettent de mettre en lumière les enjeux économiques entourant la circulation des biens culturels sur les réseaux numériques. Ces enjeux contribuent à former le milieu d'émergence des catalogues cinéphiles. On assiste à une focalisation des entreprises et des nouveaux modèles d'affaires non plus sur les contenus (qui sont disponibles sous plusieurs formes) mais sur les conditions

³⁰ Hulu modifie régulièrement ses formules d'abonnement. Celles-ci sont complexes avec différents prix par mois associés à des quantités de publicités variables. Des montants additionnels permettent l'ajout de contenus des chaînes de télévision payante (HBO, Showtime) et en direct (actualités, sport).

de leur accès. Après l'acquiescement par les abonnés d'un montant forfaitaire, les innovations techniques permettent une diffusion large. Mais ces nouvelles possibilités se donnent en contrepartie de la captation des audiences au sein de systèmes fermés (Cunningham, Silver, et McDonnell 2010). À l'image des stratégies déployées par les GAFAM, une combinaison d'appareils électroniques et des logiciels (Holt et Sanson 2014), permet à Apple de développer, autour de son Apple TV, un système de contrôle des contenus et des revenus qu'ils génèrent. Malgré cela, le développement des offres par contournement (OTT) peut être perçu comme une alternative flexible en comparaison des bouquets de chaînes proposées dans le cadre de la télévision payante. Aux États-Unis dès le milieu des années 2010, le phénomène des *cord cutters*, ces ménages qui coupent leur abonnement au câble et autres chaînes de télévision payante pour s'orienter vers les offres en ligne est de plus en plus marqué. Deux éléments freinent cependant la tendance. Le premier renvoie à la prégnance du direct télévisuel, en particulier lors des grands événements sportifs³¹. Le second a trait à la dissémination des services. La prolifération des offres de vidéo par abonnement – celles proposées par les acteurs majeurs que sont notamment Amazon, Netflix et Hulu, mais également les nombreuses propositions apparues dans leur marge, induisent une nouvelle gestion de ces nombreux abonnements pour les ménages.

Au Canada, les acteurs de la radiodiffusion ont été contraints de réagir face à l'arrivée de Netflix. Ils doivent maintenant s'adapter à l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché, la plupart des grands studios américains proposant des extensions de leur service de télévision en OTT au nord de la frontière. Cela se traduit par un renforcement de l'offre de vidéo par abonnement. Radio-Canada et CBC ont conclu des partenariats pour étoffer les catalogues de leurs plateformes respectives : Tou.tv

³¹ Cela explique d'ailleurs l'entrée de Google dans ce secteur très lucratif avec son service YouTube TV et l'inclusion de chaînes sportives diffusées en *streaming* dans les offres groupées de vidéo par contournement (OTT).

et Gem. Il en va de même pour CraveTV, la plateforme de Bell Média (qui propose également les contenus de HBO et de Starz, en option)³². En Europe, la situation est similaire. Netflix et Amazon Prime Video dominent le marché en Europe de l'Ouest et les acteurs locaux redoublent d'efforts pour leur faire concurrence, avec la création, par exemple, de Now TV (par l'opérateur de télécommunication Sky), de Britbox (un partenariat entre la chaîne publique BBC et la privée ITV) ou de Salto (alliance entre France Télévisions, M6 et TF1). L'accélération de la croissance des audiences de la vidéo par abonnement à la suite de la fermeture des salles de cinéma durant la pandémie mondiale de l'année 2020 ne change pas les forces en présence. Si mouvement il y a, cela concerne surtout les grands joueurs de l'industrie, Netflix en tête, qui tendent à renforcer leur position dominante sur ce marché³³.

Une telle multiplication de l'offre, qui ne se cantonne pas nécessairement aux frontières et aux marchés locaux, rend laborieux l'accès à un titre spécifique, du fait de l'éparpillement des films dans les différentes bases de données. Ce constat a conduit le CNC français à produire, en 2015, un outil de recherche par titre qui référence et donne accès aux catalogues en ligne offerts dans l'hexagone³⁴. Aux États-Unis, de nombreux analystes prédisent la généralisation d'offres commerciales de *Bundling*, c'est-à-dire proposant le regroupement de plusieurs abonnements sous le même toit, avec des systèmes d'options (Bond 2019). L'inclusion des services plus modestes au sein de ces offres dépendra des accords passés entre les grands groupes médiatiques et les différentes filiales et plateformes possédées par ceux-ci. En 2016, Fandor explique avoir passé un accord avec Amazon pour offrir son service à un prix réduit aux abonnés de l'option *Prime* de ce géant de la distribution électronique. Le catalogue cinéophile souhaite ainsi se proposer en complément de l'offre vidéo déjà

³² Voir l'article de Mark Dillon pour la magazine *Playback* (2019).

³³ Selon les chiffres et les comparaisons internationales de l'*Observatoire de la vidéo à la demande* (2020).

³⁴ Disponible à l'adresse : <http://vad.cnc.fr>.

fournie par Amazon. Felice Oper, alors directrice de l'exploitation pour le catalogue, pense que l'expansion de l'entreprise passe par ce type d'accord :

Oper believes Fandor's standalone service is still a key to their business, but that the way the company's business will expand is by being a "value-add" within a movie package alongside a mainstream movie channel like Starz (O'Falt et Winfrey 2016).

L'échec de cette stratégie a sans doute contribué au manque de réussite de l'entreprise qui met son catalogue en dormance quelques années plus tard en 2018. Cela indiquerait qu'il s'agit d'un facteur d'explication du phénomène de consolidation que l'on a pu observer ces dernières années. Il est en effet aisé d'imaginer que cette nécessité de s'associer à des joueurs de plus grandes envergures, tout d'abord en termes d'abonnés, a pesé sur l'indépendance des catalogues cinéphiles, en conduisant certains à accepter les offres de rachat.

Voilà pour les dimensions économiques entourant la *forme abonnement* et qui constituent le contexte d'émergence de nos catalogues. On reviendra sur cette *forme* en termes, cette fois, de communauté, de capital culturel, mais aussi à propos des moyens financiers qu'elle fournit aux catalogues cinéphiles pour produire leurs propres contenus paratextuels. Toutes ces thématiques entreront évidemment en dialogue avec les éléments de contexte tout juste évoqués. Avant cela, il est nécessaire de décrire les particularités des catalogues cinéphiles, ce qui les distingue de l'offre décrite jusqu'à présent.

1.2.2 Caractéristiques, marginalité, et temporalité éphémère des catalogues cinéphiles

Afin d'entamer la description des objets de notre recherche, on commencera donc par souligner leur originalité et les quelques traits communs qui permettent de les inclure dans un même ensemble. Cette première étape paraît nécessaire à la description d'un pan homogène de la distribution en ligne du cinéma. Elle prépare l'évocation subséquente des particularités techniques et esthétiques de chacune des

programmations proposées. Nous décrirons plus en détail cette diversité dans la suite de cette recherche.

La présentation des catalogues cinéphiles nécessite, tout d'abord, de les distinguer de l'aura acquise ces dernières années par le modèle de l'entreprise Netflix. Si cette entrée en matière risque d'occulter l'originalité et la richesse des catalogues cinéphiles en les plaçant dans l'ombre de ce géant de la distribution en ligne du cinéma, elle a le mérite de situer les forces en présence. Rares sont les cas où, lors de la présentation de ces catalogues de films à un public, les membres de l'assistance connaissent leur existence. À l'exception peut-être de Mubi, qui jouit d'une certaine popularité auprès des étudiants, les autres catalogues restent confidentiels. Et l'on pourrait ajouter qu'ils sont parfois reconnus, mais alors seulement individuellement, selon les intérêts particuliers (pour le cinéma documentaire, de genre, etc.) des personnes présentes. Nous reviendrons sur la configuration particulière des audiences de ces catalogues. Pour le moment, il est nécessaire de souligner leur place modeste face aux offres de vidéo par abonnement des acteurs dominants du secteur (Netflix, Amazon Prime, Sony (Crackle), Disney+, etc.), offres que l'on pourrait décrire comme généralistes et basées sur d'importants volumes de titres. Les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement se distinguent par les contenus qu'ils proposent en accompagnement des films. Comme évoqué précédemment, la vente de contenu culturel par abonnement tend progressivement à éclipser les tentatives précédentes de vente (ou location) en ligne à l'unité. Netflix représente l'exemple le plus connu de la réussite de ce modèle de distribution des contenus numériques. Le visionnement est offert en illimité en échange d'une cotisation mensuelle. Cependant, très peu d'informations accompagnent les films au sein du catalogue de ce géant de l'économie numérique. En effet, le modèle Netflix peut être comparé à un entrepôt numérique. Il faut souligner la pauvreté des informations entourant les films et le fait que l'entreprise se concentre, dans l'élaboration du catalogue de longs métrages

qu'elle présente, sur les aspects techniques liés à la diffusion en continu des films et sur la mise à disposition d'une grande quantité de titres.

Les sites Internet des catalogues cinéphiles sont eux aussi construits autour de bases de données. Bien que moins imposantes (entre une trentaine et quelques milliers de titres selon les formules), elles constituent, avec les développements logiciels qui les accompagnent, un point central des objets qui nous intéressent. C'est à partir d'elles que les films et les contenus associés vont pouvoir être consultés sur le web ou par l'intermédiaire d'applications connexes, voire encore après diffusion sur un téléviseur ou un projecteur. On verra que les aspects techniques entourant le service offert sont très présents sur les sites web des catalogues. La plupart présentent d'ailleurs sur leurs pages d'accueil les différents appareils et plateformes capables de diffuser les copies numériques offertes. On retrouve moins cet aspect technique dans les efforts de communication de ces entreprises qui préfèrent évoquer, dans leurs discours promotionnels, leur programmation, leurs liens avec le milieu des festivals ou avec le monde de la production cinématographique. Bien que situé dans les marges de la diffusion en ligne du cinéma, les catalogues qui nous intéressent se distinguent en mettant en avant leur apport à la production et à l'entretien de la cinéphilie, et plus généralement leur contribution à une connaissance large à propos du cinéma, de son histoire et des différents mouvements, écoles et sensibilités qui le composent.

Malgré le fait qu'ils se situent dans les marges de la diffusion en ligne du cinéma, les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement constituent des lieux privilégiés pour une étude de la *relocalisation* (Casetti 2015) du cinéma en ligne. Trois raisons principales expliquent leur pertinence : ils agrègent des contenus cinéphiles autour de leurs catalogues, œuvrent à l'entretien de communautés d'abonnés et sont ouverts à l'expérimentation. Du côté de l'éditorialisation des contenus, de leur inscription dans un nouveau contexte d'énonciation par la production ou la réutilisation de texte

d'accompagnement (Treleani 2014), celle-ci semble s'effectuer au sein d'une tradition préexistante. Les équipes de Mubi, par exemple, disent ainsi viser un « cinéma de qualité »³⁵. À l'instar de Fandor ou FilmStruck, Mubi souhaite inscrire son offre dans la lignée des distributeurs de coffrets DVD, tels Kino Lorber, Zeitgeist Films, Celluloid Dreams ou The Criterion Collection. Tous des acteurs historiques de la diffusion du cinéma dont ils proposent d'ailleurs certaines copies numériques (Dequen 2009; Herbert 2011), nous l'avons évoqué précédemment. Les catalogues cinéphiles agrègent une série de contenus contextuels autour des films à la manière des bonus et autres feuillets d'accompagnement des coffrets DVD. Les contenus ainsi offerts en complément peuvent regrouper : des textes et matériaux complémentaires, des articles critiques ou des billets de blogue sur l'actualité cinéophile. Cet apport des éléments paratextuels est mis de l'avant lors du lancement de Filmstruck, en 2016. Le site web, issu d'un partenariat conclut entre Turner Classic Movies et la Criterion Collection donne accès aux titres de l'éditeur, mais également à une série de contenu bonus : des commentaires sur les films, des entrevues avec les artisans, etc. (Spangler 2016).

Les services ajoutent également aux titres de leurs catalogues des éléments adaptés aux capacités multimodales du web, par exemple des contenus audiovisuels (des entrevues d'introduction au film, des essais-vidéo, etc.). Dans certains cas, les pages présentant les films contiennent également une liste des traces et commentaires laissés par le visionnement des autres abonnés. Enfin, pour conclure ces remarques à propos de l'articulation des contenus autour des films, les pages consacrées aux œuvres sont, au sein d'un même service, toujours agencées de la même manière. Les différents types d'information apparaissent selon un schéma récurrent, dicté par des

³⁵ Mubi tente de se positionner dans le sillage de la vidéo domestique de qualité. Pour comprendre comment les distributeurs de DVD sont parvenus à faire migrer le « cinéma de qualité » vers la vidéo, voir le livre de Daniel Herbert (2014) *Videoland: Movie Culture at the American Video Store*.

modules d'affichage et des bases de données relativement standardisés. Nous y reviendrons.

L'originalité de ces catalogues découle en outre du type de programmation qu'ils proposent. Les titres ou ensembles de titres offerts au visionnement sont sélectionnés parmi les œuvres circulant dans les festivals ou au sein des (ré)éditions de rétrospectives. Il s'agit souvent de films n'étant pas ou plus projetés dans les salles. L'offre proposée par les catalogues cinéphiles est à ce titre intéressante, car elle représente, aux yeux des petits distributeurs indépendants, un exemple (rare) de modèles d'affaires qui leur permettent de mettre leur catalogue de films à disposition en ligne (Barraclough 2011)³⁶. A contrario des représentations positives associées au numérique, de nombreux obstacles restreignent l'accès à la diffusion en ligne pour les œuvres de modeste envergure. Les plateformes exigent souvent, outre le respect de standards d'encodage des fichiers numériques (associés à des coûts de préparation et de conversion non négligeables) (Nordicity 2011), la libération par le distributeur (voire le producteur lui-même) des droits de diffusion du film. Ramon Lobato (2009) rappelle la complexité de cette étape dans la chaîne de valorisation et de diffusion des produits culturels. Ce spécialiste des industries médiatiques et de la distribution du cinéma donne notamment l'exemple de la levée des droits pour chaque partie d'un film, la bande sonore ou les séquences empruntées à d'autres œuvres faisant chacune l'objet d'une négociation séparée. La plupart des contrats de distribution conclus avant les années 2000 ne comportaient pas de volet numérique. Ces nécessaires

³⁶ C'est le constat que fait le journaliste Leo Barraclough dans *Variety* en 2011. Depuis, d'autres possibilités de diffusion se sont ouvertes : des sites web tenus par des organismes culturels indépendants, des festivals ou des associations professionnelles. Avec les contraintes posées par la pandémie de 2020, la plupart des acteurs de la diffusion cinématographique ont trouvé des moyens de proposer tout ou partie de leur programmation en ligne. La vente au titre sur les grandes plateformes de vidéo à la demande représente aussi un débouché, avec ces propres enjeux, pour ces petits producteurs. L'Observatoire européen de l'audiovisuel constate que la mise en visibilité des titres sur ces plateformes est très inégale et fortement concentrée sur les films récents sortis en salle (Fontaine 2020).

transactions concernent donc au premier chef les films anciens et Lobato de constater que les coûts administratifs engendrés peuvent être considérables. Les distributeurs tendent alors à sélectionner uniquement les titres pour lesquels le processus de négociation des droits ne risque pas de rendre l'opération déficitaire, c'est-à-dire ceux pour lesquels ils pressentent qu'il existe un public. Cela réduit considérablement la diversité des films présentés sur les grandes plateformes de vidéo par abonnement. Toujours à propos de la diffusion des œuvres produites hors des sentiers battus et prises en charge par de petits distributeurs, leur présence sur les catalogues en ligne manque parfois de visibilité. Certains films de longs métrages peuvent, par exemple, se trouver dans l'offre du magasin numérique d'Apple, iTunes, sans pour autant être publicisés. Il est possible qu'ils passent complètement inaperçus. Nous allons voir que la mise en visibilité de certains titres plutôt que d'autres constitue l'une des facettes de l'action des catalogues et comment celle-ci soulève des enjeux en termes de diversité et de mise au diapason des sélections avec les changements socioculturels de l'heure.

Les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement développent des parades afin de contourner ou de pallier les contraintes de diffusion sur les réseaux numériques. Du côté de la négociation des droits, ils entrent directement en dialogue avec les producteurs et les artistes afin d'éliminer les intermédiaires et développent des modèles originaux de redistribution des revenus. C'est le cas de Filmatique et Fandor qui ont choisi de partager directement les revenus des abonnements avec les ayants droit. En outre, les catalogues à l'étude font partie des rares acteurs du web (avec les extensions en ligne des festivals³⁷ et les institutions publiques et parapubliques dédiées à la promotion de la culture) à mettre en place une programmation orientée

³⁷ À l'exemple de DAFilms, un catalogue de vidéo par abonnement géré par la DocAlliance, un regroupement de plusieurs grands festivals européens de cinéma documentaire.

vers le cinéma indépendant et de répertoire (parfois même en dehors des classiques). Une telle mission de diffusion de la culture est reconnue par les pouvoirs publics qui accordent des subventions à environ la moitié d'entre eux. Ayant en tête la conception élargie de la distribution évoquée plus tôt, on entend par programmation, au-delà de la sélection des titres, l'ensemble des actions qui visent à promouvoir, présenter et mettre en valeur les longs métrages à un public, dans notre cas, les personnes abonnées aux catalogues. Là encore, les formules adoptées visent l'économie de moyens par l'innovation. Mubi propose ainsi ces titres au compte-goutte. Chaque jour, un nouveau film est rendu disponible au visionnement pendant seulement un mois, pour une sélection réduite de trente films qui se renouvelle progressivement. La petitesse du catalogue permet de concentrer la promotion sur un nombre restreint d'entrées et d'adapter l'assortiment au calendrier cinéophile, par des rétrospectives ou des partenariats avec des festivals.

La distribution du cinéma dit « de qualité » a toujours impliqué la constitution et l'entretien d'une communauté au capital culturel distinct, que celui soit réel ou perçu d'ailleurs. Afin de renforcer leur positionnement au sein des communautés cinéphiles, les catalogues produisent des paratextes pour recommander le visionnement de certains titres ou pour en lier d'autres à l'actualité des sorties cinéma ou du circuit des festivals. *LaCinetek*, dont « [l]'idée forte [est] d'éditorialiser la mise à disposition des classiques [...] » (Ferenczi 2015), demande à des cinéastes reconnus de fournir des listes de films qui leur sont chers. Les œuvres sont ensuite offertes au visionnement après négociation des droits par le catalogue. Les artisans du cinéma sollicités se font alors intercesseurs pour les œuvres choisies, en donnant des entrevues d'introduction à celles-ci et plus généralement en discutant de leur choix.

En produisant ou en agrégeant (par référencement ou reprise) des paratextes cinéphiles autour des copies numériques des films, les catalogues participent au

reconditionnement d'un ensemble de produits culturels existants en vue de leur diffusion auprès de nouvelles audiences. En cela, ils s'insèrent dans un phénomène plus large de mise en circulation, par les médias numériques, de contenus anciens. Charles Acland (2007) attire l'attention sur les implications de ce mouvement de reprise paradoxal, à la fois assignation d'une historicité aux objets culturels, alors perçus comme appartenant au passé, et attribution d'une valeur (d'échange) dans le présent. Plusieurs enjeux en découlent, dont notamment : les transformations engendrées par ce reconditionnement (numérisation, parfois restauration, classement et ajout de métadonnées), les disparités dans l'accès au contenu culturel (Manoff 2010), la différence déjà abordée précédemment entre mise en ligne et réelle publicisation des titres, et enfin, le rôle joué par la *(re)contextualisation* (Treleani 2014) des contenus présentés. Nous aborderons ces différents points au cours du chapitre de développement.

La description de nos objets d'étude ne serait pas complète sans évoquer leur rapport particulier au temps et, en partie du fait de ce dernier, leur nature de prototype. On l'a vu, ils bénéficient de l'émiettement de l'hégémonie de la projection en salle commerciale et de ses répercussions sur les étapes de la distribution du cinéma. Une bonne part de leurs activités se joue dans les derniers créneaux des fenêtres de diffusion et ils redoublent d'ingéniosité pour lancer leur propre titre (par des stratégies de préachat des films) ou pour acheter les droits mondiaux exclusifs de quelques œuvres récentes. Ils travaillent surtout à éclairer sous un nouveau jour de vieux succès, parfois un peu oubliés, de l'héritage cinématographique mondial. Alors que la mort du cinéma a été proclamée à de nombreuses reprises³⁸, ils offrent de perpétuer son héritage. Une bannière affichée sur le site de Fandor il y a quelques

³⁸ L'article de Susan Sontag intitulé *The decay of cinema* (1996) représente sans doute l'annonce la plus commentée. On peut également penser au livre de Paolo Cherchi Usai, *The death of cinema: History, cultural memory and the digital dark age* (2001).

années se lisait comme suit : « Oh good! You found us. We're a on-demand movie theater where you can discover hand-picked films from festivals and collections around the world »³⁹. De manière similaire, Mubi proclamait en 2018 : « We simply couldn't resist the idea of everyone having their own film library... Your own little cinema, anytime, anywhere »⁴⁰. Ici, il est intéressant de noter que ces deux adverbes (*anytime* et *anywhere*) renvoient à une pratique de consommation des images, à tout moment et dans n'importe quel lieu, situées à l'exact opposé de la sortie au cinéma. Cette dernière étant toujours tributaire d'un lieu défini à l'avance et d'un moment fixé dans le temps. Considérant cette opposition, le rôle des catalogues de vidéo par abonnement semble paradoxal. Ceux-ci souhaitent prolonger l'expérience du cinéma tout en changeant radicalement certains de ces constituants principaux. Nullement gêné par cette apparente contradiction, Jonathan Marlow, ancien directeur de la cinémathèque de San Francisco et l'un des fondateurs de Fandor semblait, lors de son passage à Montréal en 2013, faire de ce décentrement l'une des nouvelles possibilités offertes par son service⁴¹. Au lieu des visionnements réservés à une petite élite capable de se déplacer dans les grands festivals, la cinéphilie pouvait se trouver décloisonnée par la diffusion en ligne des œuvres. Cette potentialité d'un visionnement mobile, décentralisé et affranchi des contraintes de la grille horaire télévisuelle ou de celles liées à la projection en salle est associée à l'univers du numérique. Elle découle aussi bien du déploiement des infrastructures réseautiques que de la temporalité propre aux médias numériques. Francesco Casetti évoque deux conséquences liées à ce devenir mobile de la réception des images. Premièrement, les films nous parviennent de plus en plus par fragments, on les entrevoit lorsque l'on passe devant les nombreux écrans disposés dans l'espace public ou à partir des fils de

³⁹ fandor.com (26 mars 2014)

⁴⁰ mubi.com/fr/vision (21 avril 2018)

⁴¹ Jonathan Marlow, « Conférence en dialogue avec la cinéaste Caroline Martel », École des médias, UQAM, Montréal, automne 2013.

contenu qu'affichent les téléphones multifonctions. L'espace de la spectatrice se trouve alors envahi par les images, qui viennent en quelque sorte la chercher où elle se trouve. Dans le cas de la projection du film en salle, il est, au contraire, nécessaire de franchir plusieurs seuils pour être confronté aux images et s'ouvrir à la convocation du monde proposé par le film. Par contre, selon Casetti, le temps de la projection, s'il répond comme nous venons de l'évoquer à une logique différente, n'échappe pas à l'influence de ces nouvelles formes de spectatorialité. L'attention en salle, infléchie par d'autres formes de visionnement (discontinu et mobile), se fait aussi moins structurée, plus superficielle.

Affranchie des contraintes imposées par la salle, la vidéo par abonnement bénéficie des nouvelles possibilités techniques et accompagne l'évolution des pratiques de visionnement. En retour, la (quasi) instantanéité et cette ubiquité de la diffusion en ligne imposent leur lot de contraintes. Les entreprises derrière ces catalogues se doivent de mettre à jour leurs systèmes afin de suivre les évolutions rapides des technologies et des standards (par exemple, pour assurer la diffusion des films sur les différents systèmes d'exploitation et appareils dédiés : Roku, Apple TV, etc.). À cela s'ajoute la nécessité d'adapter les canevas de présentation des contenus à la succession des courants esthétiques du web. Nous y reviendrons.

Finalement et toujours à propos de leur nature de prototype, les catalogues cinéphiles sont également marqués par leur aspect éphémère. Depuis le début de cette recherche, l'un d'entre eux (Sundance Now) a été racheté par un groupe télévisuel américain, AMC Network. Un autre a fermé, remplacé par une nouvelle proposition, Filmstruck, qui, elle aussi, vient de mettre la clé sous la porte. Finalement, Fandor, créé en 2010, met à pied son personnel en 2018 et se dit en attente d'offres de reprise⁴². On assiste

⁴² Voir l'article de Todd Spangler (2018c) dans *Variety*. En 2021, Cinedigm, une entreprise initialement active dans la transition des salles de cinéma vers la projection numérique, annonce le

de fait à des mouvements de consolidation de l'offre sur le marché de la vidéo par abonnement cinéophile. Ces mouvements reflètent des réorganisations au niveau plus larges des industries de la culture et de la télécommunication. Les larges conglomérats existants, dont les studios hollywoodiens forment le cœur et qui depuis les années 1990 regroupent des sociétés actives sur différents marchés médiatiques (films, télévision, édition, musique, etc.) (Schatz 2008) tendent à se rapprocher des acteurs du numérique. On pense à la fusion entre AT&T et Time Warner ou aux velléités de Comcast (un câblodistributeur majeur aux États-Unis) de surenchérir face aux offres de Disney pour l'acquisition de la 21st Century Fox. Ces rapprochements s'expliquent sans doute par la nécessité pour ces grands groupes de divertissement de réagir à l'arrivée sur le marché des GAFAM et de Netflix.

Dans le cas des fermetures en cascade évoquées à l'instant, le premier catalogue fermé pour laisser place à Filmstruck intitulé Warner Archive permettait le visionnement en *streaming* d'un ensemble de classiques, principalement de cinéma américain, possédés par la *major* du même nom. Lors du lancement de *Filmstruck*, un partenariat entre la chaîne TV Turner Classic Movie (entité du groupe Warner) et le distributeur The Criterion Collection, le catalogue Warner Archive transfère ses abonnés au second et ferme son site Internet. L'offre issue de ce partenariat reçoit un accueil très positif du public et de la critique. Cela s'explique notamment par l'image positive dont bénéficie Criterion, un distributeur reconnu pour ses restaurations de films de haute qualité et pour, un point d'importance de notre analyse, les paratextes scientifiques et culturels qu'il produit en accompagnement des œuvres. Les commentateurs voient dans le nouveau partenariat une opportunité d'accroître la

rachat de Fandor et sa volonté de relancer et développer le catalogue, cf. l'article d'Etan Vlessing (2021).

disponibilité en ligne de la collection Criterion⁴³. À peine deux ans plus tard, lors du remaniement de l'offre de diffusion en continu du groupe WarnerMedia, alors passé sous le contrôle du géant des télécommunications AT&T, la fermeture de Filmstruck est annoncée. Le court communiqué de presse, fortement relayé et commenté, surprend la communauté des cinéphiles, les journalistes et le milieu de l'industrie. Ce dernier se mobilise d'ailleurs pour essayer de sauver le service, mais en vain⁴⁴. Une phrase du communiqué, à l'argumentation au demeurant très circulaire, semble sonner le glas d'une diffusion des films en ligne à petite échelle, la fin d'un certain crédit accordé aux thèses de Chris Anderson (2012) sur l'exploitation de la longue traîne par les plateformes numériques : « While FilmStruck has a very loyal fanbase, it remains largely a niche service »⁴⁵. Longtemps avancé comme l'un des piliers de la distribution numérique, le concept de niche, une audience de taille modeste dont les membres sont très engagés et valorisent leur attachement aux produits culturels qu'ils ou elles consomment, prend ici une tournure négative. Desservir ces marchés culturels spécialisés semble bien relever de la quadrature du cercle. Dans les portefeuilles de services des conglomérats du numérique, ils sont jugés superflus, et vraisemblablement trop peu profitables. Du côté des catalogues plus modestes, les coûts associés à la mise en ligne, à la résolution des droits de diffusion ainsi qu'à la programmation sont à mettre en parallèle avec des revenus nécessairement limités par la taille de l'audience. Le financement public joue alors un rôle incontournable. Au sein de notre corpus, la moitié des catalogues indique recevoir des subventions, que

⁴³ Le catalogue ouvre d'ailleurs des versions en Angleterre (février 2018), en France et en Espagne (juin 2018) donnant accès à une sélection réduite de films. Dans chaque pays des ententes sont conclues avec des distributeurs locaux dont certains titres sont également offerts.

⁴⁴ En novembre 2018, Criterion Collection et WarnerMedia annonce le lancement d'une offre indépendante, Criterion Channel, sur le modèle de Filmstruck, mais donnant accès uniquement aux titres du distributeur. Ceux-ci doivent également être intégrés à une nouvelle plateforme de *streaming*, HBO Max, alors prévue pour l'automne 2019 et construite cette fois autour des contenus de la chaîne de télévision payante HBO (également membre du groupe WarnerMedia), cf. l'article de Todd Spangler (2018b) dans *Variety*.

⁴⁵ Communiqué de Turner et Warner Bros. Digital Networks cité dans Todd Spangler (2018a).

ce soit par le CNC pour les catalogues français, l'Union européenne par l'intermédiaire de son programme Média, ou directement par une institution d'attache. BFI Player, par exemple, dépend du British Film Institut, une institution parapublique.

Cette recherche a donc pour objet des offres de visionnement modestes par leur portée, cinéphiles parce qu'elles produisent du contenu d'accompagnement des films, éphémères, enfin, du fait de leur adaptation constante et de leur fragilité. Leur nature de prototype fait de ces catalogues en ligne des lieux d'expérimentation autour de la *relocalisation* du cinéma. Une majorité d'entre eux ont d'ailleurs lancé des projets de production, autour de séries de courts métrages ou en participant à la réalisation et à la distribution d'œuvres de plus grande envergure. Pour certains de ces titres, les catalogues vont même jusqu'à organiser des sorties en salle.

À l'aune de ces expérimentations, de leur fragilité relative, cette thèse souhaite appréhender les propositions éphémères et prototypales des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement dans le cadre de leur participation à l'actualisation en ligne de l'*expérience cinéma*, une manière de donner à voir propre au cinéma. Nous allons voir un peu plus loin comment celle-ci s'articule et son utilité pour penser le passage des copies numériques des films de longs métrages sur le web. Au préalable, et avant de décrire les grandes orientations de notre recherche, il faut encore s'attarder sur un aspect du contexte de la diffusion du cinéma en ligne.

1.2.3 Situer le visionnement en ligne dans un mouvement plus large : l'économie de l'attention et le marketing des traces

Toujours à propos du contexte, il est intéressant de replacer l'émergence des catalogues de vidéo par abonnement au sein des enjeux entourant le développement du web et, plus particulièrement, d'une nécessaire gestion d'un effet de saturation informationnel. Du côté des consommateurs comme de celui des producteurs, le

traitement de vastes quantités d'informations représente un enjeu majeur de la distribution et du visionnement des contenus audiovisuels. Comme nous allons le voir, cela affecte la forme des catalogues, les choix techniques derrière l'esthétique de la navigation proposée et la programmation. Le bref résumé qui suit vise ainsi à décrire l'état des forces en présence lorsque l'on considère la gestion des données sur le web. Il est aisé d'affirmer que la morphologie de la circulation de ces dernières, fortement marquée par la centralité d'acteurs aptes à en exploiter les volumes considérables (les GAFAM notamment), influence d'une manière ou d'une autre toutes les propositions audiovisuelles en ligne. Pour nos objets et toujours afin de préciser leur positionnement au sein du contexte du web, l'enjeu, sur une échelle de détail plus fine, peut se résumer ainsi : les catalogues cinéphiles partagent de nombreuses caractéristiques avec les plateformes web, avec notamment leur manière d'organiser les flux de données, sans véritablement constituer des propositions analogues. La distinction que nous opérons dans la suite de cette section explique d'ailleurs pourquoi nous les désignons comme des *catalogues* et non pas par le terme *plateformes*. Voyons tout d'abord plus en détail ce contexte de saturation et comment les catalogues évoluent au sein de celui-ci.

Au début des années 1970 déjà, Herbert Simon théorise le renversement du statut de l'information dans les dynamiques de marché. Observant la baisse des coûts liés à la transmission d'informations, Simon théorise les prémisses du passage d'un régime où les entreprises se bornaient à publiciser leurs produits, à un monde dans lequel l'information devient surabondante (Kessous 2011). Comme le souligne à juste titre Claudia Roda (2014), la saturation informationnelle prédate l'avènement des technologies numériques de communication. Selon cette chercheuse, les systèmes informatiques et leur mise en réseau aggravent la situation par leur manque d'adéquation avec les *codes de la communication humaine*. Leur action de médiation des échanges en ligne multiplie le surplus d'information au lieu de le réduire. Au-delà

du déploiement des technologies de l'information, Emmanuel Kessous (2011) repère deux autres éléments qui peuvent expliquer la surabondance de signaux : l'utilisation des médias pour rejoindre les consommateurs et l'augmentation de la taille des marchés. Suivant le modèle économique classique, plus le consommateur est informé, en particulier des différents prix proposés pour un bien, plus il est apte à faire un choix rationnel. Les consommateurs possèdent cependant des facultés cognitives limitées par leur nature humaine. Face à la saturation informationnelle, l'attention devient une ressource rare.

Afin d'atteindre le consommateur, le message marketing doit donc se démarquer des autres informations disponibles en s'adaptant au mieux aux intérêts supposés des individus. Les outils créés dans cette perspective, tels que les systèmes de recommandation par exemple, s'appuient sur la collecte de données liées à des actions passées (achats de biens culturels, contenus ayant attiré l'attention, etc.), afin de constituer des profils de consommateur. L'utilisation de ces profils à de fins marketings renvoie à de nombreux présupposés concernant les comportements des individus. Kessous (2011) les résume en quelques mots. Les nouveaux *modes de valorisation* des traces laissées sur Internet « reposent sur l'hypothèse que les traces d'usage permettent de remonter à la personne (ses préférences, et le segment sociodémographique auquel elle appartient), mais aussi, de manière plus neutre, qu'elles sont les reflets d'attention que le consommateur a portés sur un contenu, afin de rapprocher ses centres d'intérêt à ceux d'autres consommateurs et de faire ainsi des recommandations. » (70) Il y a donc un glissement de la nécessité de publiciser vers celle de recommander, c'est-à-dire, et pour s'en tenir à ce qui a été évoqué ici, non plus seulement diffusé un message, mais favoriser sa réception en l'adaptant selon une série d'attributs prêtés au destinataire. On verra que cette réponse à la saturation de l'information concerne également nos catalogues. D'une part, ceux-ci doivent parvenir à percer le flot de messages circulant sur Internet, afin de signaler

leur existence aux internautes. D'autre part, ils doivent réussir à faire sens de la masse des films en circulation, ainsi que bien sûr de la sélection proposée dans leur catalogue, pour proposer une programmation sur mesure à leurs abonnés. La recommandation, qu'elle repose sur des algorithmes ou sur une curation humaine, représente un point important de notre analyse. Elle est liée à deux éléments de contexte qui sont propres aux plateformes selon la définition de Tarleton Gillespie (2010) : leur neutralité affichée et le fait qu'elles permettent de concentrer des données en provenance de plusieurs sources.

En effet, sans être des plateformes, les catalogues possèdent de nombreux aspects en commun avec celles-ci. Gillespie remarque l'utilisation fréquente du terme *plateforme* lorsque l'entreprise Google souhaite faire la promotion de son service de vidéo YouTube. Dépassant ce cas particulier, la notion permet de caractériser le rôle d'un pan entier de l'économie numérique. Dans les discours produits par les géants du Net, elle permet d'évoquer tout à la fois : un environnement technique dans lequel des actions peuvent être exécutées par l'utilisateur, une base pour le développement de projets (à l'instar d'une plateforme politique), et enfin, un espace neutre généralement associé à des valeurs positives : liberté et opportunité notamment. En ce sens, la notion de plateforme incarne l'un des éléments mis de l'avant par les défenseurs du rôle culturel, voire démocratique joué par les plateformes lorsqu'elles assurent la circulation sur l'Internet des contenus générés par les utilisateurs. Les catalogues cinéphiles, parce qu'ils accueillent du contenu à destination des utilisateurs, sont ouverts à certaines formes d'interactions et se décrivent tantôt comme des espaces spécialisés tantôt comme des diffuseurs généralistes (ceci notamment pour séduire les groupes de fans les plus spécialisés, sans toutefois limiter leur audience), répondent donc en partie à la définition avancée par Gillespie et les *platform studies* (Plantin et al. 2016). Voilà pour l'aspect de la neutralité affichée du type de sites Internet qui nous intéresse.

Les sites web de vidéo par abonnement ne sont pas, par contre, programmables. C'est-à-dire que les catalogues ne s'adressent pas à une communauté de développeurs appelés à venir enrichir les fonctionnalités du site en construisant, à partir de l'environnement logiciel et des données hébergées, des extensions ou d'autres applications tierces. Cette logique est au fondement de l'expansion des réseaux numériques et de la concentration des données au sein d'univers fermés. Largement adopté au sein de l'univers numérique⁴⁶, le développement de telles fonctionnalités permet notamment d'élargir la portée des plateformes en reliant plusieurs sources de données entre elles, tout en conservant le contrôle sur celles-ci⁴⁷. Une telle possibilité d'enrichissement par la programmation d'applications tierces est cependant absente des catalogues cinéphiles. Du reste, comme nous le verrons, la plupart de nos catalogues restreignent fortement les possibilités de contribution de leurs abonnés. Si l'on considère la production de contenu, c'est-à-dire au-delà de la programmation d'extensions à la plateforme, tout apport fourni par la communauté, les catalogues cinéphiles ne jouent pas non plus un rôle d'intermédiaire entre pairs, à la manière des entreprises œuvrant au sein d'une économie dite « collaborative » (AirBnB, par exemple) (Nicot 2016). Enfin, s'ils recourent à des mécanismes de travail bénévole, ou *Free Labor* au sens des travaux de Tiziana Terranova (2004b), le produit de celui-ci constitue rarement le cœur de la présentation des films.

Les dynamiques décrites à l'instant, qui sont propres au développement du numérique, forment néanmoins le contexte d'émergence des catalogues cinéphiles. Elles sont à ce titre pertinentes. On verra comment certains services de notre corpus ont pu tenter d'implanter de tels systèmes sur leur catalogue. *A fortiori*, la saisie répétitive

⁴⁶ À titre d'exemple, nous renvoyons aux magasins d'application de Google ou Apple, aux API des réseaux socionumériques, aux appels lancés aux développeurs par les constructeurs des casques de réalité virtuelle - Facebook avec l'Oculus ou Microsoft avec les HoloLens.

⁴⁷ La notion de *data pours* renvoie métaphoriquement au caractère réticulaire de cette circulation concentrique des données (Helmond 2015; Liu 2004).

d'informations sur les films ou la nécessité de faire vivre une communauté de cinéphiles (production constante de commentaires sur les films, attribution de notes, etc.) soulèvent des questions quant à l'organisation des équipes web travaillant à faire vivre ces sites Internet. Des formes de travail à la pige ou rétribué selon des modalités *ad hoc* sont probablement mises en œuvre⁴⁸.

Il reste que les acteurs de la vidéo cinéophile se doivent malgré tout de faire, ne serait-ce qu'à minima, de la gestion de données. Cela concerne l'hébergement des films, leur indexation dans une base de données contenant les contenus paratextuels, ainsi que les données générées lors du passage des internautes, appelées aussi traces d'usage (qu'elles soient explicites, les commentaires, ou implicites, le temps d'écoute d'un titre en particulier). La visibilité du catalogue sur les réseaux socionumériques (les messages d'actualités postés sur Facebook, les possibilités de partager son activité de visionnement depuis le catalogue, etc.) représente une autre facette de cette gestion des données. Là encore, ces activités doivent être lues dans le contexte très marqué de la circulation et du traitement des données en ligne.

Les aspirations des pionniers du Net à l'idéal de l'*open web*, une mise à disposition libre des informations accessibles et éventuellement modifiables par tous (Celik 2010; O'Reilly 2007; Ward 2010), se sont vues occultées par le développement de plateformes corporatistes poursuivant des finalités commerciales (Gillespie 2010). Les contenus audiovisuels représentent une part non négligeable des échanges. Leur traitement répond aux mêmes logiques. On peut penser à la place hégémonique occupée par la plateforme YouTube de Google, mais aussi aux différents services de

⁴⁸ Nous avons trouvé quelques indices de travail à la pige (une offre d'emploi postée sur une plateforme de micro-travail et des indications dans certains profils de contributeurs de nos catalogues), sans réussir à systématiser nos observations et donc à pouvoir aller plus loin sur ce point.

captation et de partage de vidéo développés ou acquis par les grands réseaux sociaux numériques que sont Facebook (Instagram) ou Tik Tok, par exemple. Au sein de ces plateformes, la génération de profits découle notamment de la collecte, du stockage au sein de bases de données et du traitement des traces d'attention produites par l'activité des individus (Manzerolle et Smeltzer 2011; Ouellet et al. 2013; Zwick et Denegri Knott 2009). Les algorithmes jouent un rôle majeur dans la production de sens associée au regroupement et au traitement d'informations toujours plus fragmentées et dispersées (Elsaesser 2008). À l'instar des autres secteurs économiques, la distribution des films n'échappe pas à cette tendance. Déjà en grande partie convertie au numérique, elle se transforme sous l'effet de processus de *réintermédiation* qui voient de nouveaux acteurs issus de l'économie numérique court-circuiter l'attribution classique des rôles au sein de la filière cinéma (Bustamante 2004). Au-delà de la participation grandissante des GAFAM et de Netflix dans la production audiovisuelle, des sociétés plus modestes entrent dans la chaîne de production et de distribution des films. Movielabs, par exemple, propose aux majors des solutions de distribution numérique standardisées, avec support des différents environnements de visionnement, gestion des données d'audience, sécurité des fichiers, etc⁴⁹. Un tel contrôle sur la mise en circulation des copies numériques rappelle et s'inscrit dans la lignée des efforts déployés par les studios hollywoodiens pour mettre en conformité le marché de la diffusion en ligne⁵⁰. Du côté du cinéma indépendant, Under the Milky Way (UMW) joue un rôle similaire, bien que davantage focalisé sur l'interface entre les ayants droit et les catalogues de vidéo par abonnement. UMW noue des partenariats avec ces derniers, leur fournissant un catalogue de films agrégés auprès de distributeurs et de producteurs indépendants.

⁴⁹ Voir leur offre de service en détail : <https://movielabs.com/solutions-specifications/>

⁵⁰ Nous avons abordé ces aspirations à la section *Les premières tentatives de diffusion web du cinéma* du présent chapitre.

Elle offre également une gamme de services tout-en-un de publicisation des œuvres en ligne⁵¹.

Ces sociétés répondent aux nouveaux besoins liés à la diffusion numérique du cinéma. Il s'agit notamment de gérer de grandes quantités de données (copies numériques, contenus liés, métadonnées, chiffres d'audience, etc.) et d'assurer la circulation de celles-ci par l'intermédiaire d'environnements logiciels divers (réseaux socionumériques, catalogues en ligne ou dédiés). Elles permettent d'assurer leur acheminement à destination des internautes, ou plutôt jusqu'aux différents appareils de visionnement. On verra l'importance de décrire cette transmission d'informations en tant que circulation de données, aussi bien en direction des abonnés que, en retour si l'on veut, en direction des distributeurs de contenu. L'accroissement de la masse des données numériques et l'apparition de nouveaux acteurs capables d'assurer leur circulation et leur traitement sont des constituants majeurs du contexte entourant nos objets.

On l'a vu, le positionnement des plateformes peut se caractériser par leur prétention à la neutralité face aux contenus qu'elles hébergent et leurs efforts pour accumuler et gérer un maximum de sources de données. En ce qui concerne nos objets, ces deux éléments de contexte permettent de mettre en lumière et de problématiser les enjeux liés à la notion d'accès. Et ceci malgré le fait que chacun d'entre eux nous emmènera dans une direction différente : le premier du côté des discours cinéphiles déployés à partir de ces catalogues, le second vers la gestion des données associées aux films et l'attribution des métadonnées, ou encore la diffusion des contenus vidéos vers les abonnés. Pour le dire un peu rapidement ici et en introduction à un développement ultérieur, dans les deux cas, il s'agit d'analyser la mise en visibilité des films. Tenant

⁵¹ Voir le site corporatif de la société : <https://galaxy.underthemilkyway.com/about>.

compte de la saturation informationnelle décrite précédemment, la visibilité des contenus constitue, en effet, l'une des principales clés de lecture de cette thèse. Le rôle qu'elle joue dans l'accès au film, c'est-à-dire non seulement dans la capacité des abonnés à repérer le film, on oserait presque dire « à tomber » sur une œuvre en particulier ou, selon un autre cas de figure, l'aptitude à dénicher un titre longuement recherché, tout aussi bien que la forme prise par ce premier contact avec le film à partir des catalogues en ligne, contribue selon nous à la nécessité d'un léger déplacement. Il s'agit de lire les mutations récentes de la diffusion du cinéma par la lorgnette de l'expérience de visionnement offerte sur les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement. Si l'avènement du numérique au cinéma a pu être étudié en termes de changement du rapport ontologique de l'image au réel, ou encore en considérant les réarticulations de la production cinématographique, il apparaît judicieux de subordonner ces différents aspects à la description des fondamentaux de l'*expérience cinéma*. Ceci afin, dans un deuxième temps, d'observer comment ces constituants se modifient lorsqu'ils sont actualisés en ligne. Par exemple, comment les logiques associées à la mise en visibilité des contenus sur le web viennent influencer les paramètres de cette expérience.

Cette première intuition – se tourner du côté des constituants de la réception du cinéma pour en décrire les éléments manifestes lorsque le visionnement s'effectue depuis les catalogues cinéphiles – s'inscrit dans le prolongement des recherches en études cinématographiques attachées à décrire ce que le cinéma possède en propre. Francesco Casetti, dans son livre *The Lumière Galaxy* (2015), propose une telle exploration lorsqu'il décrit les multiples manières contemporaines de recevoir les images du cinéma. Nous l'avons déjà évoqué. Elles viennent à nous sur différents *moniteurs* et autres écrans géants, modifiant notre manière de les consommer et ceci jusque dans la pénombre des salles de projection. Nous verrons ce qui distingue notre approche de cette analyse. Il semble néanmoins que les controverses provoquées par

le refus d'un joueur incontournable comme Netflix de respecter la chronologie des médias soulèvent un autre aspect probant. Au-delà des tractations à teneur économique qui voient les exploitants de salle lutter pour défendre un certain modèle d'affaire, le cas Netflix, en tant que tête de pont d'une industrie plus large, est emblématique de la persistance des représentations associées au cinéma. Pour le dire simplement, la salle reste un passage obligé de la qualification d'une œuvre en tant que film de cinéma. Inversement, on peut s'interroger sur la manière de maintenir cette qualification en l'absence de véritable sortie en salle – lors de la fermeture prolongée de ces dernières durant la pandémie, par exemple – ou à travers le temps pour les classiques et les titres à redécouvrir. C'est l'une des visées de notre recherche.

Il reste à noter que l'observation de la lente inscription de la machine cinéma au sein de l'Internet, telle qu'elle est relatée ici, ne suit pas une vision téléologique qui verrait cette migration comme une fin de l'histoire de la numérisation. Il s'agit plutôt de situer le passage en ligne des longs métrages cinématographiques dans un mouvement plus large. Notre contribution à l'analyse de ce mouvement s'attache à la description de la capacité des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement à devenir des espaces propices à la *relocalisation* (Casetti 2015; 2012; 2011) du cinéma.

1.3 État de la recherche, originalité et pertinence du sujet

Tant les études médiatiques (*media studies*) que celles portant sur le cinéma et les images en mouvement consacrent relativement peu d'attention à la diffusion en continu (*streaming*) des longs métrages cinématographiques sur le web. Les études médiatiques s'intéressent au rôle de *machines culturelles*⁵² joué par les grands réseaux informatiques et les algorithmes de classement et de récupération de

⁵² La revue *Culture Machine* accueille, d'ailleurs, plusieurs articles convoqués par notre réflexion.

l'information (Hands 2013). Abordée directement par les caractéristiques *matérielles* des technologies médiatiques, cette question amène les chercheurs à retracer les généalogies, toujours au sens donné par Foucault (2001 [1971]), qui marquent la production et l'utilisation des artefacts numériques et déterminent leurs caractéristiques manifestes (Blanchette 2011; Chun 2008; Cubitt 2014; Ernst 2013). Plus rares sont les travaux qui, au-delà des caractéristiques ontologiques des médias, considèrent un ensemble de contingences liées aux choix (historiques) présidant à leur structure, leur *design*, leur fonctionnement au quotidien (Galloway 2012; Loveluck 2015; Terranova 2004b). Ces recherches empruntent une approche matérialiste de la culture en ligne dans la lignée des études *post-marxistes* (Laclau et Mouffe 2014)⁵³. Suivant cette perspective et informé notamment par la philosophie de la technique (Simondon 2005; Stiegler 2015), un groupe de chercheurs se penche sur la modulation induite par ces processus sur les échanges (Thomas 2012), la mémoire (Thomas 2013; Thoburn 2007), les expériences esthétiques (Munster 2013).

Peu de travaux abordent, par contre, dans une telle perspective critique, esthétique et technique, les mutations récentes de la manière de *donner à voir* (Paci 2012) proposée par les médias dominants et notamment le cinéma. Le fait que les *machines de vision* (Virilio 1991) se situent à l'interstice *entre le monde et l'individu qui le regarde* – pour reprendre l'idée développée par Elena Dagrada (2014) à propos des cadrages de cinéma qui deviennent une manière heuristique de s'appropriier le monde –, respectivement, l'influence corollaire que ces *machines* exercent sur les représentations en circulation dans une époque donnée, reste largement la prérogative des études cinématographiques et du champ plus large constitué par extension autour des images en mouvement. Au sein de ce champ, les changements induits par le passage au numérique ont certes fait l'objet de recherches, mais celles-ci semblent se

⁵³ Ainsi qualifiée par opposition avec *post-marxiste*, afin d'insister sur la continuité de ces écrits avec l'héritage que constitue la pensée matérialiste du théoricien et philosophe allemand (Storey 2009).

concentrer autour des thématiques suivantes : l'indexicalité des images numériques (Kessler 2009; Rodowick 2007), le passage des films analogiques vers le nouveau système, les enjeux archivistiques et de restauration induits par cette migration (Albera 2003; Albera, Le Forestier, et Turquety 2013; Carou 2003; Forestier 2004; Wallmüller 2007), ou encore, plus proche de notre sujet, les nouveaux paradigmes visuels émergeant du recours massif aux algorithmes (Cubitt 2002; Uricchio 2011). Les catalogues cinéphiles ont certes fait l'objet de quelques travaux récents, le plus souvent selon une approche d'économie politique, autour des stratégies développées par les entreprises culturelles pour offrir des titres en ligne (Smits et Nikdel 2019; Hessler 2018; Thuillas et Wiart 2019), ainsi que sur les formes d'éditorialisation des œuvres (Delaporte 2019; Taillibert 2018).

Plus rares sont les travaux qui interrogent la capacité du visionnement en ligne de participer au dispositif⁵⁴ du cinéma, ceci tout en contribuant à l'actualiser. Selon cette idée, la vidéo par abonnement jouerait un rôle similaire à celui endossé par la télévision et la vidéo domestique dans leur accompagnement des mutations du cinéma durant la deuxième partie du 20^e siècle⁵⁵.

Lorsque les mutations récentes de la *série culturelle cinéma* (Gaudreault et Marion 2013) font débat au sein des études cinématographiques, les auteurs interrogent davantage, sur un plan général, son statut et sa place actuelle ou future (Marchessault et Lord 2007). Pour certain, par exemple, le passage au numérique prive le cinéma de son essence et le relègue ainsi au passé (Cherchi Usai 2001). Si ces débats ont donné

⁵⁴ Pour notre usage de la notion, voir la section *Le dispositif du regard cinéma en ligne* de notre cadre théorique.

⁵⁵ À propos de la circulation des films sur DVD, on pense notamment à l'accession de tout un chacun à un statut de *connaisseur* grâce aux bonus contenus sur les vidéogrammes (Tryon 2009b), à la constitution d'une mémoire cinéphile nécessaire au déploiement et à la compréhension des nouvelles productions (Straw 2013), ou encore, à la sauvegarde de certains pans du cinéma (Besser 2013).

lieu à une (re)définition des spécificités du cinéma (Aumont 2012; Bellour 2012; Andrew 2010), le rôle de la machine dans l'automatisation de l'offre cinématographique en ligne a rarement été thématiqué. Pourtant, depuis les travaux de Gene Youngblood sur le *cinéma élargi* (2020 [1970]), la technologie représente un enjeu majeur de la capacité du cinéma à conserver sa place au sein des médiations contemporaines (Casetti 2015; Cubitt 2002; Uricchio 2011). Plusieurs chercheurs font d'ailleurs des outils numériques des incontournables de l'amélioration de l'accès aux films (Holt et Sanson 2014), de l'ouverture et de la démocratisation des discours cinéphiles (Valck et Hagener 2005).

D'autres chercheurs observent la capacité d'adaptation du cinéma à de nouveaux espaces, de nouveaux champs sémantiques – les salles d'exposition des musées ou les galeries d'art contemporain notamment (Michaud 2006; Païni 2002; Vanchéri 2010). Ils en déduisent un élargissement de son influence, selon les modalités du *cinéma élargi* (Marchessault et Lord 2007; Youngblood 2020 [1970]). Un dernier groupe appelle, finalement, à limiter sa définition à l'expérience de la projection en salle et donc à (re)définir ce qui le distingue des autres médias (Aumont 2012; Bellour 2012; Andrew 2010). En équilibre entre ces différentes propositions, Francesco Casetti (2015) énonce la possibilité d'une *relocalisation* du cinéma. Le visionnement des longs métrages cinématographiques s'effectue sur des écrans divers, au-delà même des différents lieux de projection qui prolongeaient déjà son dispositif classique (la salle commerciale de cinéma). Casetti pose cependant une condition au succès de cette migration. Le spectateur doit être conscient de la différence en termes d'expérience et s'appliquer à recréer au mieux celle vécue en salle. On retiendra de la théorie avancée par Francesco Casetti qu'il est possible de concevoir une *idée de cinéma*, c'est-à-dire de regrouper sous un même ensemble délimité des pratiques, des objets et des techniques. Par contre, Casetti se concentre sur la manière avec laquelle la spectatrice investit l'acte de visionnement. Celle-ci est appelée à construire par

elle-même les conditions de son visionnement des films et devient, par-là, garant de la continuité de son expérience avec cette *idée de cinéma*. Souhaitant intégrer notre réflexion à la tradition matérialiste critique évoquée plus haut, nous voulons plutôt analyser la *production* d'un mode spécifique de visionnement par les catalogues de vidéo par abonnement, l'offre de *regard cinéma en ligne* qu'ils proposent et l'inscription de cette dernière dans les mutations plus générales qui touchent le cinéma au cours des deux premières décennies du 21^e siècle.

Afin de réaliser cet objectif, l'interrogation au cœur de notre recherche peut se formuler ainsi : comment le *regard cinéma en ligne* proposé par les catalogues cinéphiles de visionnement de longs métrages cinématographiques actualise (à la fois *prolonge et transforme*) les constituants esthétiques, techniques et les discours liés à l'*expérience cinéma* ? Avant de passer à la présentation de notre cadre théorique, nous allons brièvement mettre en valeur l'intérêt des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement dans l'exploration de ce point focal de notre analyse, puis formuler les principales composantes de cette dernière et en expliciter l'organisation selon trois axes.

Quels sont les avantages à lire le mode de visionnement proposé par les catalogues à la lumière de l'*expérience cinéma* et de l'offre de regard qu'elle propose ? Les nouveaux modes de consommation des images en mouvement sont analysés depuis des perspectives multiples allant de l'étude des pratiques de fan à celle des systèmes techniques, en passant par les enjeux économiques entourant les industries de la culture et des communications. Si notre analyse met à contribution certains éléments théoriques issus de ces champs d'études, le centre de notre approche repose sur une analyse du *regard cinéma* et de ses mutations. Ce point de vue original permet de relever les éventuelles transformations qui touchent les éléments dont se préoccupent spécifiquement les études cinématographiques, telles que la cinéphilie, la spécificité

du type de visionnement lié à la projection, la programmation des films ou encore le déploiement d'un point de vue critique sur les œuvres.

Sur un autre plan et dans la lignée des éléments de contexte déjà évoqués jusqu'ici, cette thèse souhaite également replacer les catalogues cinéphiles au sein de l'environnement web, afin de cerner quelles sont leurs particularités en regard du reste du contenu proposé sur Internet. Si les catalogues suivent des logiques similaires à celles mises à profit par d'autres plateformes, ils possèdent aussi leur propre esthétique, se dotent d'interfaces singulières et mettent en place des stratégies pour rendre accessibles et mettre en évidence les films. Leurs expérimentations, bien que marginales, renseignent sur les efforts déployés par les acteurs de la distribution numérique du cinéma pour trouver des formes visuelles adaptées à la diffusion de produits culturels sur les réseaux numériques.

Enfin, notre analyse touche aussi et peut fournir des réponses quant au lien, développé par certains auteurs, entre accélération de la mise en circulation des images (du cinéma) et nouveaux facteurs d'émancipation (Broderick 2008; Iordanova 2012; Paris 2010). Dans le chapitre « Expansion » de son livre *The Lumière Galaxy*, Casetti reprend les travaux liés à la notion de *cinéma élargi (expanded cinema)*⁵⁶ pour évoquer les pratiques dont l'existence met en lumière l'adaptation du cinéma au milieu numérique, notamment en termes de rétroaction (feedback) : les productions grassroot (Jenkins 2006a), les remontages et remakes des fans (Tryon 2009a) et les constructions paratextuelles qui influencent le sens perçu par les spectateurs (Gray 2010). Casetti construit un lien entre la circulation des images sur les réseaux, ces

⁵⁶ Casetti reprend certaines des thèses avancées par Gene Youngblood à propos de l'émergence d'une nouvelle forme de sensibilité liée à l'avènement de technologies de communication décentralisées et à leur expérimentation par les avant-gardes artistiques des années 1960 et 1970 aux États-Unis. Pour une synthèse des courants théoriques ayant inspiré Youngblood à l'époque (les travaux de Buckminster Fuller et la cybernétique de Heinz von Foerster notamment), on consultera son introduction à l'édition anniversaire de *Expanded Cinema* (Youngblood 2020 [1970]).

diverses productions et une démocratisation de l'accès au sens. Convoquant les travaux de Jacques Rancière (2000) sur le « partage du sensible »⁵⁷, il explique que l'élargissement du cinéma, qui répond à une volonté de mondialisation et de démocratisation des échanges, peut influencer sur ces rapports inégalitaires au sensible. En insistant sur les éléments qui distinguent les films des autres images, distinction qu'il lie à la possibilité d'une prise de conscience globale, Casetti semble amalgamer circulation et égalité des échanges. Pourtant, à propos du cinéma et des biens culturels en général, plusieurs auteurs se sont attachés à décrire des flux d'images, de sons et de textes inégalement répartis sur le territoire, et dont les concentrations et les possibilités d'accès restent très contrastées (Acland 2007; Elsaesser 2005b; Herbert 2014)⁵⁸. Par l'étude du cas particulier de la vidéo par abonnement, notre étude contribuera à l'exploration de ces nouvelles formes de circulation, ainsi qu'à enrichir notre compréhension des enjeux liés à l'accès aux outils de réception et d'expression numériques. En ce sens, nos travaux pourront participer à la réflexion engagée par les pouvoirs publics autour du suivi et de la régulation des industries de la communication, de leur influence sur la production et la distribution des productions culturelles sur Internet (Chantpie 2016).

Il s'agit d'étudier une manière de donner à voir, c'est-à-dire la façon dont ses caractéristiques esthétiques et techniques, son fonctionnement et les discours qui l'accompagnent renvoient à une forme de médiation particulière du regard proposé par le cinéma. Les approches matérialistes nous permettront d'analyser l'offre de visionnement en ligne proposée par les catalogues cinéphiles et ses divers constituants, tout en gardant à l'esprit que cette offre peut donner lieu à une diversité de pratiques culturelles. Ces possibilités de visionnement peuvent être piratées,

⁵⁷ L'accès inégal aux multiples formes de la représentation se traduisant par une domination politique des groupes qui contrôlent cette répartition du sens.

⁵⁸ Ce paragraphe reprend et adapte une interrogation formulée en conclusion de notre compte rendu du dernier ouvrage de Francesco Casetti pour la revue *CiNéMAS* (Bonnard 2016).

détournées, *profanées*⁵⁹, pour en faire une utilisation tout autre ou pour, au contraire, mieux revenir au cinéma (Casetti 2015). Sans développer longuement sur ce point, on peut souligner les apports des travaux de Raymond Williams (1977) repris par plusieurs théoriciens de la culture en ligne, et notamment son analyse de la notion de *détermination* ; non pas une relation directe, mais un ensemble de conditions (celles induites par les choix effectués par les catalogues, par exemple) qui *limitent et influencent* les pratiques.

Nous nous attèlerons donc à la description d'une série d'éléments à l'origine d'une *médiation de médiation*, celle qui marque l'actualisation de l'*expérience cinéma* sur les catalogues cinéphiles. Nous aborderons les apports parallèles de la philosophie de la technique et de l'intermédialité à notre observation, dans la section *Le milieu de la communication, un fil conducteur pour conceptualiser l'influence du numérique* de notre cadre théorique. À ce stade, on retiendra que l'on s'intéresse davantage à une compréhension des fonctionnements de cette médiation, son implication sur la manière de donner à voir du cinéma que sur ses effets en termes de rapport au monde ou sur les pratiques culturelles effectives des individus.

Le visionnement proposé par les catalogues cinéphiles sera étudié par l'intermédiaire des éléments dégagés lors de la (re)définition récente de l'*expérience cinéma*. Ces éléments, dont fait partie la notion de *regard tenu dans le temps* (Aumont 2012), la mise en jeu d'une mémoire des projections passées, ainsi que les apports de la cinéphilie et de la critique ne seront pas considérés comme des référents auxquels le visionnement en ligne devrait être comparé. Nous les concevons comme des lignes d'interrogation à partir desquelles l'offre de visionnement des catalogues peut être

⁵⁹ Pour une explication de cet emprunt de Casetti à Giorgio Agamben, voir la note 140.

étudiée. Sur la base de la question principale énoncée précédemment, notre analyse se déploie en trois axes.

Le premier intitulé, *Une esthétique des catalogues optimisée pour mieux mobiliser les films*, s'intéresse à la forme de la présentation des copies numériques dans les pages web des catalogues. Est-ce que les sites Internet étudiés gardent la trace des bases de données et des systèmes utilisés pour le traitement des informations qu'ils présentent ? À partir de la description des éléments visuels des pages Internet, de l'organisation des vignettes et des paratextes au sein des pages, respectivement de leur affichage par les systèmes de gestion de contenu (*Content Management System* ou CMS), on brossera le portrait des différents canevas graphiques utilisés par les catalogues. Ces considérations formelles et esthétiques nous conduiront à appréhender les conséquences de la *mobilisation* des films sur le corpus cinéma ; c'est-à-dire, suivant la pensée de Bruno Latour (1985), observer les effets de l'inscription des images dans un régime visuel qui permet leur convocation, facilite leur traitement (accès, visionnement, combinaison) et, surtout, favorise leur accumulation.

Le second axe de notre développement, *Les sélections de titres et leur mise en visibilité par les discours cinéphiles*, se penche sur les assortiments de titres offerts par les catalogues et sur les différentes manières de les mettre en valeur par des discours et une ambiance cinéphile. Les catalogues y consacrent une partie importante de leurs efforts. Ils peuvent donner accès, au sein de leur propre domaine ou sur d'autres plateformes, à une multitude de paratextes (Gray 2010; 2015). Ceux-ci sont aptes à renseigner les abonnés sur des thématiques aussi diverses que la production des œuvres, le contexte ou encore la réception critique de celles-ci. Une part considérable de ces paratextes est déjà présente en ligne et se trouve reprise et agrégée autour des films. À la suite d'une description du ton, du format et des thématiques employés par les paratextes, nous verrons quelle forme d'engagement

avec les films est promue par les catalogues cinéphiles dans leurs efforts d'acculturation des audiences au *regard cinéma en ligne*.

Le troisième et dernier axe, *Le rôle de la technologie dans la gestion et la curation des versions numériques*, se penche sur les aspects techniques derrière l'offre de visionnement des catalogues. Le rôle de la machine est ainsi appréhendé dans ces différentes manifestations : la fragmentation des films en de multiples paquets de données, les infrastructures nécessaires à leur acheminement, l'action des algorithmes et les tentatives plus ou moins fructueuses d'utiliser les capacités de calcul du numérique comme appui à la curation des contenus. On s'interroge alors à propos de l'influence de ces *prothèses techniques*⁶⁰. Comment la prescription algorithmique et la gestion des copies numériques, des métadonnées et des paratextes influencent les processus de remémoration propres à l'*expérience cinéma* ?

Considérant la nature foncièrement dynamique et hypertextuelle du web (Lemke 2002; Liu 2004), on décrira les sites web des catalogues cinéphiles comme des lieux où se joue une double circulation : celle des internautes d'un côté, selon les possibilités de navigation proposées au sein des catalogues, et, de l'autre côté celle des contenus, les films bien sûr, suivant leur mise en visibilité sélective depuis les bases de données. Considérant ce double mouvement, quelle forme prend la circulation des regards et des contenus au sein de nos objets ? L'observation de ces trajectoires doit nous permettre d'appréhender la capacité des catalogues à fournir des pistes heuristiques qui puissent se donner en complément du visionnement des œuvres.

⁶⁰ Pour reprendre l'une des notions phares de Bernard Stiegler qu'il utilise pour analyser la dépendance de la société contemporaine envers la technique, voir son livre *La société automatique* (2015).

L'offre de visionnement sur les catalogues cinéphiles est tiraillée entre le recours à la médiation algorithmique et des formes de médiation culturelle plus classiques, par exemple : la curation des contenus par des artistes reconnus ou les recommandations échangées lors d'interactions entre les abonnés des catalogues. En analysant l'étendue de la *médiation technique* (Akrich 1993), on mettra en lumière non seulement la mise en relation des films et des spectateurs sur un mode spécifique, celui induit par les caractéristiques du web, mais aussi, une série de tâtonnements et d'ajustements, dont les objets étudiés gardent les traces et qui visent l'adaptation des versions numériques des films et des désirs des abonnés sous les auspices de cette mise en relation. À ce titre, on sera particulièrement attentif aux processus *sémiotiques a-signifiant* (Lazzarato 2006) – saillance et ordonnancement de certains contenus, temporalité des suggestions, ainsi que leurs influences sur les choix de l'internaute et sa capacité à créer son propre cheminement à travers ces *mémoires techniques* (Stiegler 1996) du cinéma.

Objectif 1 : Décrire le rôle joué par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement dans la migration des films de long métrage sur le web.

Notre thèse s'inscrit dans l'avancement d'une meilleure compréhension des enjeux entourant le passage des longs métrages cinématographiques vers l'univers du numérique. Considérant les copies numériques comme une manifestation partielle, un *mode de transcendance* des films⁶¹, nous souhaitons apporter des éclaircissements à propos de la capacité des catalogues cinéphiles de prolonger la *série culturelle cinéma*⁶². Dans les perspectives sur l'histoire du cinéma ouvertes par André

⁶¹ Leonardo Quaresima (2014) emprunte ce concept à Gérard Genette (1994) afin de ne pas opposer l'*œuvre analogique* à ses copies numériques.

⁶² « Pour nous, la *série culturelle* est une création de l'historien : celui-ci saisit un thème, un savoir-faire culturel (un type de spectacle, un type de représentation plus ou moins lié à un dispositif, à un appareillage), dont il essaie de retracer et de comprendre le parcours identitaire à travers ses différentes

Gaudreault et Philippe Marion, cette dernière notion va nous permettre de relever un ensemble de traits propres au cinéma dans sa configuration contemporaine et de situer la vidéo par abonnement en regard de ceux-ci.

Objectif 2 : Explorer la reprise et l'adaptation d'une forme médiatique par l'intermédiaire des logiques du web.

On s'intéresse ici au processus de reprise d'une forme médiatique ancienne sur les réseaux numériques. Est-ce l'on peut observer des particularités spécifiques au regard sur les films proposés par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement ? L'actualisation de l'expérience cinéma en ligne, en tant forme médiatique hybride, emprunte tant aux manières de donner à voir propres au cinéma qu'aux logiques de circulation des contenus sur le web. Qu'est-ce que cette nouvelle médiation des films de longs métrages nous apprend sur les représentations à propos du cinéma au 21^e siècle ?

Objectif 3 : Appréhender, interroger et mettre en perspective les fondements d'un aspect de la culture visuelle contemporaine.

On touche ici à l'influence du cinéma sur la circulation des images en mouvement au sein des réseaux numériques, dans ce qui constitue en quelque sorte un retour de balancier réflexif.

mutations, par exemple : la féerie, le cirque, l'image projetée, l'image graphique, l'image animée, l'opéra. » (Gaudreault et Marion 2013, 251), nous soulignons.

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE : L'EXPÉRIENCE CINÉMA ET SON ACTUALISATION SUR LE WEB

Dans le but de décrire la forme de l'expérience de visionnement proposée par les catalogues de vidéo par abonnement, cette section s'appuie sur la (re)définition des aspects manifestes de l'expérience cinéma. Elle profite d'un débat récent, au sein des études cinématographiques, autour de la nature et de la place du cinéma dans le champ médiatique contemporain. Avant d'aborder les grandes caractéristiques propres à l'expérience cinéma (temps de la projection, aspect collectif du visionnement, rôle de la cinéphilie et de la critique), la notion d'expérience nous amène à effectuer un bref retour sur la théorie de l'expérience formulée par Walter Benjamin⁶³. Ce retour, qui apparaît nécessaire compte tenu de la centralité des thèses benjaminienes pour les études médiatiques, permet, outre le fait d'en éclaircir les contours, d'ouvrir l'idée même d'expérience. Envisager cette dernière selon les multiples facettes qui caractérisent la rencontre esthétique permet d'appréhender le visionnement en ligne dans ses aspects temporels, collectifs et au sein d'une plus générale saturation du milieu médiatique. C'est à partir de quatre composantes (temps, collectif et saturation auxquels va s'ajouter la capacité de manipuler les images) que

⁶³ Notre recherche s'attarde en particulier sur les essais listés dans les *Références* et leurs relectures contemporaines.

les éléments dégagés par la *querelle des dispositifs*, pour reprendre l'un des titres de Raymond Bellour, sont ensuite convoqués.

Il s'agit alors d'explorer quelques-unes des caractéristiques propres au cinéma, dans sa forme, ou plutôt, dans son état le plus contemporain. Comme évoqué précédemment, une telle exploration constitue la phase première de notre analyse. Afin d'évoquer la médiation du *regard cinéma* sur les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement, d'observer quels changements se produisent à l'intérieur de ces différentes thématiques, cette étape de (re)définition apparaît nécessaire. Elle tend néanmoins à broser un portrait en expansion des concepts entourant les objets de cette recherche. Considérant les différents éléments soulevés par le travail théorique de (re)définition, on s'aperçoit vite que celui-ci renvoie à des techniques (l'acheminement et la lecture des vidéos), une esthétique (la forme de la présentation des films sur les catalogues) et des discours (les représentations associées à la cinéphilie, par exemple). De différentes natures, ces éléments appellent une conception théorique capable de les relier au sein d'un même ensemble. Les nouvelles théories du dispositif cinématographique⁶⁴ fournissent en cela des outils pertinents. Elles nous permettront de tenir ensemble les différentes caractéristiques de l'expérience de visionnement offertes par les catalogues cinéphiles. Elles devront cependant être complétées par la notion de *milieu*, telle que définie au sein des études *post-marxistes* de la culture en ligne, afin d'assurer la comptabilité de l'assemblage théorique proposé avec l'univers numérique. Nous y reviendrons. Afin d'éclairer les raisons de la nécessité d'un tel cadre théorique, adapté aussi bien aux configurations du cinéma qu'à celle du web, rappelons notre volonté de caractériser un type de regard particulier, celui du cinéma tel qu'il se trouve médié par les logiques du

⁶⁴ Notamment parce qu'elles permettent d'appréhender les mutations du dispositif cinéma, en observant la réorganisation du faisceau de relations qui le constitue (Albera et Tortajada 2011), cf. la section *Le dispositif du regard cinéma en ligne*.

numérique. On comprend donc l'utilité de mettre en place un cadre d'analyse hybride, dans lequel les apports des études intermédiales ne seront d'ailleurs pas fortuits. Se concentrer de la sorte sur le *regard cinéma en ligne*, en tant que produit des offres de visionnement de nos catalogues cinéphiles, cela sous-entend également opérer des choix en termes d'approche. Il faut, en effet, considérer moins les aspects phénoménologiques ou cognitivistes associés au visionnement des films (Elsaesser 2009) que la matérialité⁶⁵ derrière le déploiement de ce regard, c'est-à-dire l'esthétique, la technique et les discours qui le soutiennent. Ici encore, on se situe dans la lignée des travaux de Benjamin, l'un des pionniers d'une lecture matérialiste des possibilités du cinéma. Benjamin le décrit comme l'expression d'une technique inscrite dans un réseau de forces, qu'elle contribue à former ou à subvertir. Cette section prépare la conceptualisation de l'influence des logiques du numérique sur l'acte perceptuel du visionnement, en proposant d'envisager le visionnement en ligne comme une médiation du regard proposé par le dispositif du cinéma, l'une des variantes de l'expérience cinéma⁶⁶.

2.1 Une rencontre avec les films qualifiée d'expérience

En préambule, on peut relever l'utilisation du mot « expérience » dans les discours entourant la diffusion du cinéma. Les différents formats et instances de diffusion afférents aux films sont, par exemple, décrits comme prolongeant l'expérience vécue devant l'écran de projection. Virginia Crisp (2015), qui souhaite souligner la place occupée encore aujourd'hui par le cinéma, observe ainsi :

⁶⁵ À ce stade, on peut s'en tenir à la définition avancée par Hans U. Gumbrecht (2004), reprenant l'un des points développés lors du colloque « Materialities of communication » (Dubrovnik, 1987) : « Materialities of communication [...] are all those phenomena and conditions that contribute to the production of meaning, without being meaning themselves » (8).

⁶⁶ L'utilisation du terme *variante* renvoie à l'aspect dynamique de notre conceptualisation de l'expérience cinéma, voire la section *Les variantes de l'expérience cinéma : cinéma élargi et exposé* du présent chapitre.

Films, whether on celluloid or in digital form, continue to be made. Indeed, while the filmic experience might be expanded to include DVD extras, merchandising, reviews, theme parks and so on, the audience is still able to identify the ‘film’ within this accompanying chaff. In other words, our experiences and understandings of film or cinema are not being replaced, but *expanded* (11).

Si Crisp ne semble pas faire ici référence au concept de Gene Youngblood (2020 [1970]) ou aux travaux subséquents à propos du *cinéma élargi*⁶⁷, elle exprime, malgré tout, l’un des points d’importance de cette analyse, c’est-à-dire la capacité du cinéma à conserver sa place et à laisser sa marque sur les différents produits culturels qui le prolongent et constituent son expansion. L’énumération proposée par Virginia Crisp, le fait qu’elle se limite aux différents marchés occupés par le film, respectivement ses produits dérivés et autres productions de paratextes, occulte sans doute une partie des éléments pris en compte par les théoriciens du *cinéma élargi* – l’influence du cinéma sur l’art contemporain pour n’en citer qu’un seul. C’est néanmoins dans cette déclinaison du film sur plusieurs supports, dans les espaces offerts par différents formats culturels que se situe notre intérêt. Comme nous l’avons vu lors du premier chapitre, les catalogues de vidéo par abonnement s’inscrivent dans la chaîne d’apparitions et de valorisations successives des films décrite à l’instant. Ils travaillent à améliorer les conditions de l’accès aux longs métrages qu’ils présentent et mettent de l’avant de nouvelles formes d’engagement avec les films. En cela, ils sont concernés par les représentations qui attribuent au numérique la capacité de redynamiser l’*expérience cinéma*. Elissa Nelson (2014) évoque ainsi l’aptitude du *visionnement connecté* à « bonifier les expériences de divertissement » (*to enhance entertainment experiences*) (62). Suivant cette idée, les catalogues travaillent à enrichir l’expérience de visionnement en ajoutant de la valeur, des compétences et une esthétique à la diffusion en continu des œuvres. Les éléments ainsi ajoutés

⁶⁷ Pour une exploration du terme et de son influence sur les études cinématographiques, voir *Les variantes de l’expérience cinéma : cinéma élargi et exposé*.

proviennent d'une adaptation des moyens traditionnels de curation et de programmation aux logiques du numérique. En cela, les efforts des catalogues cinéphiles s'inscrivent dans une conception plus large de la diffusion numérique, pensée comme un facteur incrémentiel apportant un supplément de valeur à l'expérience cinéma dans sa forme classique ou plutôt néo-classique. Il faut, en effet, considérer que cette expérience enrichie prolonge et améliore, dans la logique de ces discours, une pratique de visionnement qui correspond déjà à ce que Robert C. Allen (2011) désigne comme le *post-moviegoing age*. L'auteur désigne ainsi les mutations engendrées par la vidéo domestique et ses caractéristiques propres⁶⁸. La présente section de notre thèse développe une conception de l'expérience cinéma ouverte au rôle joué par les catalogues cinéphiles. Elle donne, par-là, une tournure concrète aux discours qui prêtent au web des facultés « d'augmentation » de l'expérience de visionnement. Les éléments mis au jour par la notion d'expérience viendront nourrir une définition de l'expérience cinéma capable de mettre en lumière la médiation exercée par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement.

Du côté des discours scientifiques, la notion d'expérience permet une relative prise de distance avec l'acte perceptuel appréhendé dans une relation circonscrite au rapport de la spectatrice avec les images projetées. Mobilisant des cadres conceptuels différents, plusieurs théoriciens appellent à une prise en compte plus large des divers éléments concourant à la réception des œuvres cinématographiques. Un fil conducteur semble se dégager de cet élargissement des aspects à considérer. Ceux-ci jouent un rôle fondamental, non seulement dans la réussite de l'expérience – par le plaisir tiré du visionnement ou par d'autres formes d'appropriation comme nous le verrons –,

⁶⁸ Les efforts de promotion de la vidéo domestique inscrivait déjà le développement de la technologie audiovisuelle, des systèmes de cinéma maison notamment, dans une pareille optimisation de l'expérience de visionnement, voir à ce propos le chapitre « The New Media Aristocrats: Home Theater and the Film Experience » du livre *Beyond the Multiplex* de Barbara Klingler (2006, 17-53).

mais surtout dans la capacité d'étudier la perpétuation, serait-ce dans le changement, de cette expérience.

Pour Jullier et Leveratto (2010b), l'« expérience du spectateur » doit se lire selon les codes de l'anthropologie du spectacle artistique⁶⁹. Ils insistent sur la nécessité de considérer une consommation « incarnée » du cinéma. Retenir l'entièreté de l'analyse des deux auteurs dépasserait le cadre cette recherche, on s'arrêtera donc sur deux points. Sur le plan individuel, il s'agit de considérer, outre les efforts d'interprétation et les effets sensoriels provoqués par le visionnement, le plaisir procuré par celui-ci. Sur le plan collectif, les deux auteurs appellent à s'intéresser au partage du plaisir procuré par le visionnement et aux pratiques qui permettent de faire perdurer celui-ci⁷⁰. Dans la conception des deux auteurs, cela ne se limite pas aux échanges interpersonnels avant ou après la projection. L'étude de la réception du cinéma doit également, selon eux, prendre en compte ce qui entoure la spectatrice.

L'expérience du spectateur inscrit son corps dans un réseau d'objets et de personnes qui contribuent, alors qu'ils peuvent appartenir à des temps et à des espaces différents, à la construction critique du plaisir procuré sur le moment par le spectacle (6).

L'action d'interprétation s'appuie ainsi sur un réseau d'éléments qui dépasse le cadre de la projection, aussi bien sur le plan spatial que temporel. En comparaison, Francesco Casetti (2009) semble proposer une définition plus traditionnelle de l'expérience cinéma. Il la situe à l'aide de deux axes : l'un renvoie à l'*engagement sensoriel* provoqué par le spectacle cinématographique, l'autre à une attitude

⁶⁹ Pour une mise en contexte du texte de Jullier et Leveratto ; comment les auteurs se distinguent des études de la réception et à propos des différentes manières de penser l'expérience des spectateurs, voir le chapitre de Jacqueline Nacache dans *L'expérience du cinéma* (2015).

⁷⁰ Les deux aspects évoqués par Leveratto et Jullier, le partage et la perpétuation du plaisir vécu lors du visionnement des films, sont très similaires à la définition de la cinéphilie que nous convoquons à la section *Par la cinéphilie et la critique* du présent chapitre.

réflexive consécutive de l'apprentissage dégagé à la suite de l'expérience de la projection. Cette dualité correspond à la désignation classique de l'acte esthétique telle qu'explicitée par Thomas Elsaesser (2009) : une *double injonction* qui voit la réception esthétique osciller entre une *réception passive* et une *réflexivité accrue*. Les deux approches, aussi bien celle de Leveratto et Jullier que celle de Casetti, ont en commun, il est intéressant de le remarquer ici, le fait de concevoir à même la notion d'expérience cinéma la possibilité, voire les conditions, de sa répétition et de son prolongement dans le temps.

Casetti va d'ailleurs plus loin. Il qualifie la forme de l'expérience cinéma d'*attente*, c'est-à-dire une pratique impliquant le choix d'un lieu et la mise en place d'un rite avec ses propres codes. Ce faisant, il souligne la perpétuation de l'expérience cinéma à travers le maintien de ces pratiques et de ces lieux, entendu ici, au-delà de la simple localisation, au sens d'espaces agissant comme des creusets culturels (la salle de cinéma commerciale, celle des festivals ou des ciné-clubs). On verra que ces espaces et ces pratiques trouvent leur écho sur les catalogues. Nous l'évoquions précédemment. Casetti fait de l'activation de ces éléments par l'internaute, l'une des conditions de possibilité de la *relocalisation* du cinéma sur le web. Sur les catalogues cinéphiles, des éléments de seuil appelés à préparer la spectatrice à recevoir le film (contenus cinéphiles, forme de l'accès aux titres, ambiance générale du catalogue) se manifestent dans l'esthétique des pages présentées ainsi que dans les paratextes proposés en accompagnement des films (parce qu'ils contiennent des textes cinéphiles et, peut-être de manière encore plus significative, parce qu'ils suggèrent des postures et des pratiques à adopter devant les films). L'action des catalogues, leur contribution si l'on veut à la *relocalisation* du cinéma peut donc se lire dans leur capacité à assurer la circulation de ces éléments autour du visionnement.

À cette première possibilité heuristique ouverte par l'usage de la notion d'expérience s'ajoute une seconde qui découle du repérage des éléments propres au visionnement proposé par le cinéma. Une telle recension autorise une relecture de son histoire. À propos du cinéma des premiers temps, par exemple, Casetti (2009) écrit :

What cinema offered, in fact, was a space in which a number of new, unexpected, and even shocking elements (novel perceptual forms, aspects of reality, questions and dilemmas) were able to play in the social scene, finding acknowledgment and legitimation (57).

Il est intéressant de relever cette conception de l'expérience cinéma et la relecture historique qu'elle permet, car elle correspond bien à l'ouverture des temporalités que nous avons déjà évoquée au chapitre précédent. On peut, en effet, la rapprocher des enseignements de l'histoire matérialiste évoqués plus tôt lors de notre étude de la généalogie des contingences de la vidéo par abonnement. D'autant que la proposition de Casetti, bien que reposant sur un découpage de l'histoire du cinéma en grandes parties ou périodes, ne les décrit pas en succession. Par exemple, lorsque, évoquant le cinéma classique, il souligne sa mutation en une « institution sociale », « un assemblage coordonné et complexe d'objets, de comportements et d'attentes » (59). On comprend que le cinéma conserve sa faculté d'acculturation des masses (aux innovations techniques, aux changements de mœurs) et ses caractéristiques (localisation et ritualisation du visionnement) tout en modifiant certains de ses paramètres (en privilégiant à cette époque, par exemple, la projection en salle commerciale).

Les considérations d'approche évoquées à l'instant, les choix historiographiques empruntés par Casetti, bien à propos dans le cadre de notre étude, ne doivent pas occulter le contenu même de la réflexion de l'auteur. Force est de constater que l'assemblage décrit ici par Casetti, la capacité du cinéma à s'institutionnaliser en un système de coordination de lieux, d'objets, de pratiques et de représentations

correspond à l'objet de notre recherche. Les explications de l'auteur résonnent en particulier avec le concept de distribution évoqué plus tôt, celui-ci étant toujours compris dans son sens large d'organisation des textes en circulation. C'est bien de la capacité des catalogues en ligne d'assurer cette coordination que nous allons traiter dans les pages qui suivent, d'où la nécessité de prendre acte de cette manière spécifique d'approcher le visionnement des films et la rencontre esthétique ainsi provoquée.

On retrouve une volonté similaire d'élargissement des éléments pris en compte au sein de l'expérience cinéma au sein de la Nouvelle histoire du cinéma (*New Cinema History*). Dans un même mouvement, celle-ci tente d'aller au-delà de la seule prise en compte de la posture du spectateur devant le film. Annette Kuhn *et al.* (2017) appellent ainsi à considérer les formes de circulation et de consommation des films, et particulièrement la sortie cinéma, comme un échange social et culturel. À partir de recherches menées sur les salles de cinéma en Caroline du Nord entre 1896 et 1930, Robert C. Allen (2011) conclut lui aussi que le cinéma représente avant tout un événement social. Ou plutôt, il fait partie d'un événement dans lequel se croisent des gens, des performances, des objets, des lieux, des technologies, ainsi que d'autres intrants (auditifs, olfactifs, etc.). Tout cela au sein d'une même expérience de la modernité. Allen prend soin d'inscrire la séance de cinéma de l'époque dans le contexte de la découverte ou de la jouissance renouvelée des (nouveaux) centres-villes et des diverses attractions ainsi offertes aux badauds de passage.

Choisir d'aborder le visionnement des films en termes d'expérience semble donc nous amener à élargir le nombre des éléments à prendre en compte. Abordés par différents champs disciplinaires, de l'anthropologie à l'histoire en passant par les théories esthétiques classiques, ceux-ci peuvent inclure des pratiques, des lieux et des discours qui contribuent à la rencontre des spectateurs avec le film. Parmi les

différents éléments évoqués jusqu'ici, la mémoire des projections passées occupe une place centrale. Elle constitue encore et toujours la manière avec laquelle les gens se remémorent leurs expériences de cinéma⁷¹. D'apparence triviale, cette constatation recèle néanmoins de nombreuses pistes utiles à la poursuite de notre analyse. Afin de les expliciter, notre réflexion effectue un court détour du côté de l'expérience chez Benjamin, ceci afin d'éclairer les différentes composantes de la rencontre esthétique avec le film.

2.1.1 L'expérience dans la théorie matérialiste médiatique de Benjamin

Au sein du vaste projet des *Passages*, ainsi que de manière canonique dans son essai à propos de la *reproductibilité technique* des œuvres d'art, Benjamin observe l'influence du capitalisme industriel sur la production artistique – respectivement sur la composition, la dissémination, la réception des œuvres ainsi que sur la sensibilité humaine de l'époque (Eiland et McLaughlin 1999).

Face à la rupture de la Première Guerre mondiale et à la montée des totalitarismes, Benjamin travaille à sortir l'esthétique des carcans qui la cantonnent à l'étude des techniques artistiques ou à une série de principes idéaux (issus des travaux et des conceptions du 19^e siècle).

Rather, the political crisis demands an understanding of the aesthetic that relates artistic techniques to urban-industrial technology and its impact on the conditions of perception, experience, agency (M. Hansen 2012, 79).

⁷¹ Kuhn *et al.* (2017) insiste d'ailleurs sur le fait que cette mémoire de la sortie au cinéma est le plus souvent associée à une expérience partagée de celle-ci, c'est-à-dire qu'elle est toujours sociale et vécue au sein de groupes sociaux, culturels ou familiaux.

Comme le souligne Antonio Somaini (2016), l'originalité de l'approche benjaminienne se situe dans sa conception matérialiste⁷² de l'expérience humaine, « toujours configurée et organisée par différentes formes de médiation matérielle, technique et discursive qui changent à travers l'histoire » (7, notre traduction). Parmi ces médiations de la perception humaine, Benjamin accorde au cinéma une place à part. Il lui assigne une tâche historique : aider l'humain à se sensibiliser à un milieu, un *médium*⁷³ dans les propres mots de l'auteur, en pleine transformation au début du vingtième siècle. Par la « testabilité de chacun », le cinéma concourt à acclimater les ouvriers aux aspects aliénants de la technique⁷⁴. Cela passe notamment par une nouvelle temporalité de la perception humaine, celle de la nouveauté, que Benjamin associe à la marchandise⁷⁵.

En tant que partie de ce vaste projet, Miriam B. Hansen rappelle que l'essai sur la *reproductibilité technique* fonctionne à la manière d'un 'téléscope'⁷⁶ épistémologique. À travers lui, Benjamin développe et expose un aspect de la théorie médiatique matérialiste dont il cherche à exposer les contours dans les *Passages*. Dans le cadre de la présente recherche, on s'arrêtera sur la célèbre distinction qu'il opère entre deux pans de l'expérience. Sans transposer directement ses observations à nos objets contemporains, on verra comment une telle conception de l'expérience met en lumière l'importance de la possible circulation des rencontres esthétiques dans le

⁷² Un matérialisme propre aux théories de Benjamin bien sûr, même si sa volonté d'inscrire les changements de la perception au sein des *déterminations sociales* emprunte aux thèses de Marx, voir Somaini (2016, 10).

⁷³ Antonio Somaini retrace les différentes significations que Benjamin associe au terme dans ces écrits. Pour notre utilisation de celui-ci dans le cadre de cette thèse, voir, quelques pages plus loin à la section *Des appareils aux médiations de médiations* du présent chapitre.

⁷⁴ Ou, pour le dire autrement, l'appareil technique s'« incorpore » dans le collectif, pour plus de détails à ce propos voir la section *Des appareils aux médiations de médiations* du présent chapitre.

⁷⁵ Jean-Louis Déotte (2007) attire notre attention sur cette dégradation de la temporalité. L'apparition de la marchandise ouvre le régime de la nouveauté, de la valeur éphémère des choses et non pas celle fétichisée de Marx.

⁷⁶ Somaini (2016 : 18) indique que le terme est choisi par Benjamin lui-même, dans une lettre qu'il adresse en 1935 à Werner Kraft.

temps et au sein du collectif, ainsi que la nécessité d'une dialectique entre saturation et sélection, non plus sur le seul plan des images elles-mêmes, de ce qui est projeté sur l'écran, mais du point de vue du choix des films à visionner.

La division de l'expérience opérée par Benjamin a fait l'objet de nombreuses relectures. Thomas Elsaesser (2009) en fait brillamment la synthèse :

In line with many German late nineteenth - and early twentieth- century theorist, Benjamin makes a distinction between *Erlebnis* and *Erfahrung*, the first associated with moments of sensation and the second with a more sustained texture of experience (294).

Si Benjamin décrit un appauvrissement de la seconde en faveur de la première, les interactions entre ces deux formes de sensibilité esthétique doivent se lire dans une dialectique complexe. A *minima*, celle-ci renvoie à leur rôle de révélateur des représentations et des tensions parcourant la société à la fin du 19^e siècle. Nous allons y revenir, mais avant cela, voyons comment les thèses de Benjamin sont mobilisées par Thomas Elsaesser.

À sa manière, Elsaesser convoque les travaux de Benjamin dans un mouvement similaire à celui que nous décrivions chez Leveratto et Jullier ainsi que chez Casetti. Il appelle à cesser de considérer le film uniquement comme un discours ou le fruit d'une narration (ce que propose la sémiotique). Il s'agit de l'étudier comme un événement fondé sur la perception. Et il insiste, regarder un film constitue un « acte perceptuel » comme un autre. Le cinéma est tout juste un peu plus enclin à immerger sa spectatrice dans le son et les images et à ajouter à la représentation un supplément d'immédiateté. Passer par cette conceptualisation du visionnement cinématographique donne l'opportunité à Thomas Elsaesser, manifestement toujours inspiré par les travaux de Benjamin, de dégager trois constituants de l'expérience cinéma : l'incarnation (*embodiement*), la capacité d'action (*agency*) et le temps. Si

nous abordons le premier point indirectement par l'interactivité proposée par les catalogues cinéphiles⁷⁷, les deux autres vont nous intéresser directement. Le développement des axes *Les sélections de titres et leur mise en visibilité par les discours cinéphiles (axe 2)* et *Le rôle de la technologie dans la gestion et la curation des versions numériques des films (axe 3)* reposera respectivement sur ce que l'individu peut retirer et faire sien de sa rencontre avec le film (capacité d'action) et, pour le second axe, la manière avec laquelle les logiques du numérique influencent les paramètres du visionnement.

2.1.2 Composante temporelle de l'expérience

Afin d'explorer la temporalité de l'expérience cinéma, revenons aux mutations de l'expérience décrite par Benjamin. Dans la pensée du philosophe et historien de l'art allemand, ces changements renvoient à une réorganisation de la perception sensorielle. À la suite des travaux d'Alois Riegl sur la détermination historique des modes de perception humaine, Benjamin décrit comment l'acte perceptuel advient au sein d'un milieu, qu'Antonio Somaini (2016), exégète du philosophe allemand, nomme *médium de perception (medium of perception)* en s'appuyant sur une lecture en profondeur de ses travaux des années 1930. Somaini explique que le philosophe désigne ainsi le champ dans lequel va se donner l'expérience sensorielle, le substrat dans lequel prend forme l'acte de perception. Bien qu'on ait pu réduire la théorie médiatique de Benjamin à la seule influence de la technique sur l'art, il faut plutôt penser ce *médium* sous la forme d'une pluralité de médiations, à la fois matérielles, discursives et techniques. D'où la pertinence de retenir la notion de *milieu*, pour conserver l'esprit d'un ensemble de contributions formant le contexte à travers lequel se vit l'acte de perception. Benjamin ajoute ainsi à la proposition d'Alois Riegl l'importance de considérer la part du social et la nécessité de prendre en compte son

⁷⁷ Voir la section *Le faire* du présent chapitre.

apport dans une histoire de la vision (aux côtés de l'étude de la technique artistique, notamment) (Somaini 2016). La théorie médiatique envisagée par Benjamin va donc s'atteler à étudier comment les appareils techniques, *Apparate* dans la forme plurielle allemande, configurent le *médium de perception*. Le cinéma fait partie de ces appareils et contribue à organiser ce milieu.

Dans la pensée benjaminienne, le cinéma agit concomitamment, comme symptôme et en tant que révélateur d'un milieu étouffé par la généralisation des appareils et de leur utilisation. À travers certains usages des capacités de reproduction de l'image photographique (les clichés dépourvus d'*aura* réalisés par Eugène Atget⁷⁸), mais aussi à partir des travaux des surréalistes ou des avant-gardes soviétiques, et le constat de leur grande originalité – le fait que ces usages détonnent parmi le reste des productions culturelles, Benjamin déduit une réorganisation du sensorium. Antonio Somaini explicite ainsi cette idée : « with the passage of time, “nonsensuous similarities” have become less and less perceivable, thus requiring the development of a new “mimetic faculty” based on new epistemological tools » (21)⁷⁹.

Nous verrons plus loin comment le cinéma, par son homothétie avec l'état du *médium de perception* de la modernité, a pu contribuer à cette adaptation. Avec Miriam Hansen (1987), on peut déjà faire le constat suivant ; chez Benjamin, l'urbanisation et la généralisation des techniques de transmission de l'information provoquent à la fois

⁷⁸ À propos son travail tel que décrit par Benjamin, on consultera *Petite histoire de la photographie* (Benjamin 2000b [1931]).

⁷⁹ La perception de ces similarités non-sensuelles passe par différents *Medium*. Le langage, par exemple, contient l'archive d'un ensemble de rapprochements. Des contiguïtés matérielles, selon les précisions de Miriam Hansen, qui relie des aspects éloignés de la réalité. Lesdites similarités peuvent être repérées par une lecture attentive de la *densité de sens* contenue dans les objets placés à l'*intersection* entre passé et futur. C'est le cas des descriptions des passages parisiens offertes par Benjamin (Hansen 1987). L'expérience de celles-ci, souligne Somaini, ressemble à la description que Benjamin fait de l'*image dialectique*, l'éphémère passage d'un moment de révélation.

le déclin de l'aura et la mise en visibilité, par contraste, de cette manière spécifique de faire lien avec les expériences esthétiques du passé.

Benjamin leaves no doubt that, being contingent upon the social conditions of perception, the experience of the aura is irrevocably in decline, precipitated by the effects of industrial modes of production, information, transportation and urbanization, especially an alienating division of labor and the proliferation of shock sensations. Yet only in the process of disintegration can the aura be recognized, can it be registered as a qualitative component of (past) experience (Hansen 1987 : 189).

Ainsi, la lecture du déclin de l'*Erfahrung* proposée par Benjamin ne doit pas s'interpréter comme une dégénérescence, mais comme un glissement et son accélération au cours de la modernité occidentale. Ce déclin et le poids engendré par la conscience de celui-ci, Benjamin l'attribue au fardeau de l'existence humaine, quelque chose d'irrévocable qu'il s'agit avant tout d'appréhender.

Hansen souligne un aspect spécifique de cette mutation de l'expérience. La dénaturation observée par l'auteur concerne en premier lieu « la mémoire – individuelle et collective, consciente et inconsciente – l'imagination, et la transmission entre les générations »⁸⁰ (79, notre traduction). La perte de la capacité mémorielle, activité située au cœur de l'expérience, est liée dans la pensée benjaminienne à une impossibilité subséquente de lier le passé et le présent et d'imaginer des *futurs oubliés*.

Parmi les trois axes tracés par Elsaesser, on trouverait donc, au sein de celui qui concerne plus directement le temps, la mémoire, en tant que composante

⁸⁰ « In both narrow and expanded senses, [Benjamin] considers the aesthetic in relation to the changing conditions of human experience (*Erfahrung*), a term that pertains not only to the organization of sensory perception but crucially to—individual and collective, conscious and unconscious—memory, the imagination, and generational transmissibility » (M. Hansen 2012, 79).

fondamentale. À la fois mise en jeu et rendue cruciale par l'acte perceptuel spécifique du cinéma (bien entendu également par le rôle que cette *machine à voir*⁸¹ a occupé durant le vingtième siècle), la mémoire joue ainsi un rôle central. Nous avons déjà touché au processus de remémoration et à son importance dans la *relocalisation* du cinéma théorisée par Francesco Casetti. La concordance n'est pas fortuite puisque Casetti fonde la possibilité de cette *relocalisation* sur le concept d'*authenticité* également développé chez Benjamin. Un concept que l'on pourrait dire adjacent, étant donné que les deux notions sont convoquées dans l'élaboration de la notion d'*aura* et qu'elles pointent toutes deux vers une temporalité de passage. Benjamin décrit les conséquences de la perte de l'expérience auratique sur la possibilité de courts-circuits temporels (*temporal disjunction*) très succinctement, permettre à des éléments du passé d'être reconnu dans le présent et d'interrompre ainsi la fiction du temps chronologique (Hansen 1987 : 82). Revenant sur les réflexions du philosophe allemand à propos de l'*authenticité*⁸², Casetti écrit : « In the journey of an object or phenomenon, what appears original and authentic and what appears derived or secondary are mutually bound together and always appear together » (2015, 41). Cette indétermination se trouve encore renforcée par le double mouvement impliqué par cette reconnaissance. Si celle-ci contient un geste rétrospectif, qui lie le passé et le présent de l'expérience (malgré ses transformations), elle renvoie également à un geste projectif. Dans les deux cas, Benjamin, et Casetti avec lui, pointe en direction d'une certaine fluidité entre passé, présent et projection vers le futur. Comme nous le rappelle justement Georges Didi-Huberman (1992) à propos du pouvoir accordé à la *mémoire involontaire* chez Benjamin (alors inspiré par Baudelaire), l'objet auratique

⁸¹ L'expression est empruntée à Viva Paci, cf. son ouvrage *La machine à voir : à propos de cinéma, attraction, exhibition* (2012).

⁸² Casetti réfère au texte *Origine du drame baroque allemand* [1928], Paris, Flammarion, 2009.

donne accès à un *temps tressé*, une constellation formée par les images qu'il évoque⁸³.

De la transmission entre les générations et de son éventuelle perte à travers le déclin de l'expérience entendue en tant qu'*Erfahrung*⁸⁴, on retiendra, toujours dans le cadre de notre première composante temporelle de l'expérience cinéma, la pertinence d'une approche capable d'envisager ce type de temporalité. Le fait de situer une telle transmission au cœur de l'acte perceptuel renvoie à deux avantages que l'on peut gagner à adopter cette temporalité de passage. En premier lieu, on verra comment les catalogues travaillent à faire perdurer (dans la mutation) cette composante fondamentale de l'expérience cinéma, à perpétuer la possibilité d'activer, par le visionnement, les réseaux d'une mémoire propre au cinéma. C'est à travers cette possibilité que nous nous proposons, dans les pages qui vont suivre, de relever quelques-uns des aspects propres au cinéma et d'étudier leur passage sur le web. En second lieu, la proposition benjaminienne facilite la traversée des mutations récentes de la manière de donner à voir du cinéma. Elle invite à se donner la distance requise (un dessaisissement temporel pour rester au sein de la même dialectique benjaminienne) afin de penser ce passage ainsi que les conditions de sa réalisation.

2.1.3 Composante collective

De manière parallèle à ces considérations à propos des aspects temporels de l'expérience, Benjamin décrit la possibilité d'un retournement du regard (*to return the gaze*), c'est-à-dire de faire, à travers la rencontre esthétique, l'expérience de la

⁸³ Benjamin écrit dans *Sur quelques thèmes baudelairiens* (2000d [1940]) : « Si l'on entend par aura d'un objet offert à l'intuition l'ensemble des images qui, surgies de la *mémoire involontaire*, tendent à se grouper autour de lui, l'aura correspond, en cette sorte d'objet, à l'expérience même que l'exercice sédimente autour d'un objet d'usage » (378). Le mot *expérience* renvoie, dans cette citation, à l'*Erfahrung* ou l'*expérience transmissible* (voir la note ci-dessous).

⁸⁴ Stéphane Füzesséry et Philippe Simay (2008) parlent d'*expérience transmissible* afin de distinguer la nature de l'*Erfahrung* par rapport à l'*Erlebnis*, une expérience vécue individuellement et dans l'instant.

rencontre de l'autre (Hansen 1987). Encore une fois, une telle expérience repose sur la circulation du passé au sein du collectif. C'est à cause de la dissociation des formes de mémoires individuelles et collectives que le sujet humain se trouve coupé du champ perceptif. Avec Miriam Hansen, voyons maintenant plus en détail la manière avec laquelle Benjamin formule cette composante collective de l'expérience. Dans plusieurs de ses textes⁸⁵, il décrit comment l'expérience de l'aura peut être investie (*Belehnen*) de la capacité de retourner le regard. Hansen qui repère dans ses travaux l'influence du romantisme précise la notion :

The notion of “Belehnung” implies both a particular kind of attentiveness or receptivity (the human capability of responding to another's gaze, whether visual or intentional) and the actualization of this intersubjective experience in the relationship with non-human nature (1987, 188).

Il s'agit d'un moment dans le lequel la « trace d'un passé inconscient » est actualisée dans une image cognitive. Dans ses écrits subséquents, lorsque Benjamin tente de faire du cinéma l'un des outils d'une éventuelle rédemption, il pointe vers une actualisation de ce phénomène. Le cinéma possède la capacité de mettre sa spectatrice en contact avec un « inconscient optique ». Celui-ci permet le retour d'une forme d'expérience auratique, parce qu'il sous-entend de retrouver dans un objet une part oubliée de la condition humaine. Cela concerne l'origine et la finalité matérielle que les humains partagent avec la nature non humaine. Faire ainsi l'expérience de l'existence d'une réserve inconsciente partagée ouvre un espace de réflexivité et d'ouverture vers l'autre.

The material fissure between a consciously and an “unconsciously permeated space” opens up a temporal gap for the viewer, a disjunction

⁸⁵ Hansen travaille ici à partir des textes « Central Park » (1985), « Sur quelques thèmes baudelairiens » (2000d [1940]), ainsi que « Sur le langage en général et sur le langage humain » (2000c [1916]).

that may trigger recollection, and with it promises of reciprocity and intersubjectivity (217).

Miriam B. Hansen précise que l'un des legs des travaux de Benjamin se situe dans sa capacité à faire du cinéma l'un des principaux lieux de la modernité dans lesquels s'effectue le passage d'une subjectivité individuelle à une subjectivité collective.

Jean-Louis Déotte (2007) nous apprend que cette transition est affaire de regards et de leurs rapports. Il s'agit d'une conséquence de la tension qui anime le régime des arts suite à l'avènement de la projection. Dès le début du 19^e siècle, cette manière de présenter des contenus à des spectateurs va entraîner la recherche d'un équilibre entre ouverture vers la masse des spectateurs et volonté de conserver pour les classes dirigeantes une certaine autorité. Une telle tension s'inscrit au sein d'une industrialisation galopante qui modifie les rapports entre les gens et les représentations sociales. Face à ces transformations, le cinéma peut devenir l'outil d'une *séduction-alienation*, orchestrée par les dominants. Celle-ci montre vite ces contours illusoire. Bien que les regards puissent s'échanger, la fiction agit comme un leurre et permet aux élites d'observer le prolétariat sans craindre son regard en retour. Déotte préfère donc parler d'intersubjectivité pour décrire ce nouvel état de la conscience collective.

Les enjeux liés au rôle du collectif dans l'expérience cinéma, la possibilité d'une cinéphilie partageable, sont au cœur de notre recherche. Pour le dire rapidement, les paratextes produits par les catalogues cinéphiles mettent en jeu cet aspect collectif en promouvant une forme d'individualisation de l'expérience cinéma. Comme nous le verrons, cela ne découle pas d'une atomisation du visionnement, sans doute la conséquence la plus intuitivement repérable de la diffusion web, mais plutôt de l'éclectisme et de la personnalisation des recommandations proposées aux audiences. Une telle fragmentation participe de la mise en crise d'une cinéphilie collective, au

sein de laquelle l'expérience du visionnement peut être reçue et qu'elle contribue à former.

2.1.4 La saturation

En actualisant la notion d'expérience, Thomas Elsaesser (2009) dégage une nouvelle composante de celle-ci. Il fait l'hypothèse que l'expérience cinéma est aujourd'hui marquée par un mode de spectature traumatique (*traumatic mode of spectatorship*). Inscrit dans un discours de plus grande portée pointant vers une crise de l'expérience et du libre arbitre, ce mode de spectature répond, pour l'auteur, à un contexte saturé de sollicitation médiatique. Une perception ainsi influencée par le *trauma* renvoie à ce qu'Elsaesser désigne comme une nouvelle *économie de l'expérience*.

‘Successful’ immersion in this environment [saturated with media-experience] would have as its correlative a ‘traumatic’ mode of spectatorship, by which I mean the kind of flexible attention and selective numbness that absorbs the intermittent intensity of affect, the shallowness of memory, the ennui of repetition, the psychic tracelessness of violence which constant contact with our contemporary mediatized world implies (309).

Les spectateurs adoptent une attention flexible et se protègent derrière un engourdissement sélectif (*selective numbness*), deux tactiques qui apparaissent en effet cruciales face aux flots d'images et de contenu en circulation. Casetti propose d'ailleurs une observation similaire de ce paysage médiatique écrasant et du rôle qui joue le cinéma. Le théoricien italien articule d'ailleurs la *relocalisation* du cinéma avec la nécessité pour le 7^e art de s'adapter au fait qu'il propose maintenant une offre d'images et de sons entourée d'une pléthore d'autres activités médiatiques.

Les constats auxquels parvient Elsaesser cachent néanmoins un léger glissement par rapport aux théories avancées par Benjamin. Le philosophe allemand traite bien d'une dialectique entre l'engourdissement progressif des sens face aux nouvelles techniques

esthétiques du cinéma et leur nécessaire développement en continu, afin de conserver leur pouvoir « attractionnel »⁸⁶. Cette dialectique décrit néanmoins un fonctionnement interne au visionnement. Ou pour être plus précis, si elle peut servir à dénoter l'entièreté de la machine cinéma, elle est toujours orientée vers son centre et vers l'expérience de la projection des images. Elle cherche à appréhender les tensions qui parcourent le moment de confrontation/assimilation du film. Elsaesser la déplace légèrement, et c'est tout à notre avantage, du côté d'une évocation plus étendue de l'univers médiatique. Cela s'explique et cela devient nécessaire lorsque l'on considère les mélanges entre plusieurs sphères médiatiques, caractéristiques de l'univers numérique et, son corollaire, l'imbrication des expériences offertes. Au moment d'évoquer le contexte d'émergence de la vidéo par abonnement, nous avons fait, au chapitre précédent, une constatation parallèle à propos de l'attention devant le film, rendue aujourd'hui ouverte à diverses sollicitations médiatiques extérieures. Notre étude des catalogues cinéphiles va profiter de ce déplacement et repérer les conséquences de la dialectique entre sélection et saturation, que nous inspirent les propos d'Elsaesser. Il s'agit alors d'appréhender les enjeux entourant les dynamiques de choix dans l'offre de titre proposé.

À ce propos, le passage que nous effectuons par la théorie médiatique benjaminienne amène une interrogation. Est-ce que l'expérience cinéma doit aujourd'hui incorporer les mutations du milieu, le *médium de perception* dans la terminologie benjaminienne, pour continuer à jouer un rôle d'importance au sein du champ médiatique ? Les travaux de Casetti répondent clairement par l'affirmative. Dans les écrits de Benjamin, on trouve la possibilité d'un double rôle du cinéma dans

⁸⁶ Benjamin ne fait pas usage de cette notion développée, plus récemment, par Tom Gunning et André Gaudreault afin de décrire un régime cinématographique dominant la production du cinéma des premiers temps. Hansen, par contre, fait le lien entre le *cinéma des attractions* et le plaisir visuel que Benjamin associe aux caractéristiques formelles de l'image (montage, ralenti, agrandissements) (2012, 86). Voir aussi le lien tissé par Viva Paci entre les écrits d'Eisenstein, de Benjamin et de Viktor Chklovski autour de la capacité du cinéma à montrer le réel sous un jour nouveau (Paci 2012, 74).

l'adaptation de la perception humaine. Cela permet de déplacer un peu la question. Le cinéma contribue à transformer l'expérience humaine, par la prévalence des effets de chocs – *shock-effect* dans les termes de Miriam Hansen (1987) – qu'il produit et les possibilités révolutionnaires du montage. Dans le même temps, il jouit d'un pouvoir mimétique, issu de la proximité de ses techniques avec l'articulation plus générale du milieu de la modernité. On l'a vu, c'est à travers le cinéma que peut s'exprimer un *inconscient optique* partagé. S'interroger uniquement sur l'adaptabilité de l'expérience cinéma semble donc conduire sur une fausse piste. D'une part, plusieurs auteurs ont souligné les mutations constantes qui le traversent (Gaudreault et Marion 2013). D'autre part, malgré la perte relative de la place hégémonique qui fut la sienne au 20^e siècle, le cinéma continue de jouer un double rôle, à la fois champ d'expérimentation des techniques et point de vue privilégié sur leur développement. On comprend donc que la question tend davantage vers le *comment* et les efforts déployés par les catalogues cinéphiles pour intégrer les logiques numériques tout en conservant (en préservant dans la mutation) la manière de donner à voir propre au cinéma.

2.1.5 Le faire

L'une des mutations majeures de l'expérience cinéma renvoie à la prise en compte de la possibilité de manipuler en direct les images, lors du visionnement, mais aussi, et peut-être encore plus significativement, dans les moments qui la précèdent et l'entourent.

Robert C. Allen, au fil de l'article cité précédemment, effectue plusieurs allers-retours entre le moment contemporain à son écriture (2011) et la période visée par ses recherches (les premières décennies du vingtième siècle). À sa manière, venons-en maintenant à la situation au début du vingt et unième siècle. L'auteur décrit avec beaucoup de tendresse et d'humour la manière avec laquelle sa fille s'approprie le

visionnement des films regardés sur l'écran de la télévision familiale. Accélération, reprise du même passage, commentaires et réponses à partir des dialogues, chants, danses, Allen parle d'un age *post-moviegoing*.

My daughter's generation understand cinema as a textually disintegrated phenomenon experienced through multiple and unpredictably proliferating sites and modalities (44).

Encore une fois à partir des écrits de Casetti (2015), on peut souligner l'un des principaux facteurs de changement évoqués par Allen. Il s'agit de l'importance du faire, la possibilité d'agir, non seulement sur les conditions de visionnements des images, mais aussi d'interagir avec elles. Wanda Strauven (2016) rappelle, à ce propos, le fonctionnement de la *camera obscura*. À l'intérieur, une surface reçoit la projection du monde extérieur. Cette surface permettait déjà de toucher les images et servait d'appui à la reproduction des formes par le dessin. Avec Nanna Verhoeff⁸⁷, Strauven distingue néanmoins les écrans présentant des images touchables de ceux affichant des images appelées à faire l'objet d'une manipulation. Dans ce deuxième cas, il est nécessaire de les manipuler pour activer l'interface de navigation. Encore une fois, cette dernière distinction ne concerne pas uniquement les écrans récents, même si l'on peut ajouter que ceux-ci généralisent ou « massifient » des manières d'interagir avec les contenus déjà expérimentées dans les installations muséales ou les foires technologiques. Dans tous les cas, les images *manipulables* contiennent à parts égales des informations visuelles et des incitations à l'action. Toute image peut se transformer en *image+* (le terme choisi par l'auteure pour marquer la distinction tout juste évoquée), du moment que cette image se présente sur un écran qui permet de la manipuler.

⁸⁷ Nanna Verhoeff. 2012. *Mobile Screens: The Visual Regime of Navigation*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement ne présentent pas d'œuvres interactives, ou du moins si c'est le cas, cela ne représente pas le cœur de leurs programmations, la finalité principale de leur action de médiation culturelle. Par contre, le cheminement vers les pages de visionnement des films et donc la préparation du visionnement est marquée par ce type de rapport au visuel. Impossible d'accéder au film sans avoir cliqué au préalable sur une image-vignette et donc sans avoir navigué dans le catalogue proposé. Afin d'analyser ce cheminement, on retiendra des propos de Wanda Strauven la tension entre deux aspects de l'image *cliquable*. D'une part, elle peut, et c'est le cas dans les catalogues, faire partie d'un système et être tendue vers la réalisation d'une fonction de celui-ci (repérer et atteindre la page du site consacrée au film). D'autre part, elle peut être lue en regard des effets associés à cette manipulation, c'est-à-dire en considérant les possibilités offertes par l'interactivité. Inspirée par la visite d'une installation artistique avec sa fille, Wanda Strauven relève l'ouverture au jeu de l'*image+*. Manipuler les images incite à l'*imagination*, une activité qu'elle explicite ainsi : « l'imagination devrait être comprise ici dans son sens premier, une pratique concrète de création d'images, de mise en image (en hollandais *ver-beeld-ing*) » (155, notre traduction). Bien que cette possibilité soit très limitée dans le cas des catalogues, une telle tension (entre image processuelle et incitation à l'imagination) est pertinente à leur analyse, d'autant plus qu'elle ouvre la porte à l'étude, peut-être en creux, ou par contraste, des ouvertures ludiques ménagées ou non par les concepteurs des catalogues⁸⁸. À ce propos, et toujours du côté du faire, on peut enfin évoquer une série d'activités menées en parallèle au visionnement, devant l'écran et en synchronie avec le défilement des images, comme l'observe Allen lorsqu'il décrit l'expérience de la vidéo domestique. On verra que ces activités sont envisagées par les services de vidéo par abonnement

⁸⁸ Sont concernées ici les possibilités de donner accès aux films par l'intermédiaire d'interfaces ludiques qui stimulent l'imagination des abonnés.

qui vont parfois jusqu'à proposer à leurs abonnés les meilleures pratiques à adopter devant les films.

Ces considérations autour des formes contemporaines d'expériences des images, et à propos de l'importance que revêt aujourd'hui la capacité du *faire* dans nos interactions avec les écrans, découlent évidemment de la manière avec laquelle l'utilisation massive des moniteurs tactiles à changer notre rapport aux images. Ces nouvelles pratiques influencent bien sûr les réflexions théoriques et ce n'est pas un hasard si plusieurs théoriciens, dont nous avons évoqué plus tôt quelques représentants, ont senti la nécessité de retravailler les cadres théoriques de la réception cinématographique pour tenir compte des changements dans la consommation des images.

Notre synthèse des composantes de l'*expérience cinéma* s'ouvre ainsi par la volonté de donner une tournure concrète aux discours vantant l'enrichissement de l'expérience de visionnement par le numérique. Elle constate la prise en compte par un nombre croissant de travaux scientifiques d'une série d'intrants qui enrichissent cette expérience et permettent de la décrire comme une consommation incarnée et contextualisée des films. Les pratiques de partage et de perpétuation du plaisir de voir, au cœur de la rencontre esthétique avec les films, en font un acte éminemment social. Ces différents éléments appellent une lecture matérialiste de l'expérience. Il faut la concevoir comme un acte perceptuel, au sens de Benjamin, toujours influencé par une série de médiations, à la fois matérielles, techniques et discursives. À la lecture des travaux du philosophe allemand, ces médiations entrent en jeu selon deux grandes composantes de l'expérience, l'une temporelle, l'autre collective. Nous avons complété ces dernières en considérant la saturation médiatique qui entoure aujourd'hui le cinéma et le fait que notre accès aux images est également marqué par les possibilités de l'interactivité.

Ces considérations doivent nous conduire à appréhender la matérialité de l'expérience du visionnement des longs métrages en ligne : ce qui la rend possible, ce qui contribue à en dessiner les contours, ce qui permet son arrimage au cinéma et sa persistance dans le temps. Avant de voir comment ces composantes de l'expérience peuvent nous aider à isoler certains aspects caractéristiques du cinéma (issus de la (ré)définition récente de celui-ci), on peut illustrer l'orientation *matérialiste* de nos travaux par un bref exemple. En 2011, Robert C. Allen constatait :

The materiality of individual films now *seems* stronger than ever: arrayed as DVDs on bookcase shelves or gathering dust as video cassettes. Movies have become things that we own, hold and control (45).

La matérialité décrite ici, au sens le plus concret d'objets saisissables et accumulables, apparaît aujourd'hui bien éphémère tant le vidéogramme semble avoir perdu de son importance dans la mise en marché et la circulation des œuvres. Néanmoins Allen ouvre une autre piste de compréhension, lorsqu'il écrit juste à la suite de ce qui précède :

The availability of films as personal property and as experience-on-demand (through services such as Netflix) do not, however, produce textual or experiential stability.

En insistant sur la nécessité d'entretenir une telle stabilité de l'expérience, Allen balaie d'un même mouvement les formes de distribution physique et *dématérialisée* du cinéma. Son constat illustre bien ce que nous inspirent les thèses de Benjamin. Il faut prendre en compte la forme sous laquelle le film se présente, mais aussi et surtout, ce qui l'entoure, ce qui prépare à la rencontre esthétique qu'il propose. Comment, par exemple, les informations le concernant, les paratextes qui l'accompagnent, deviennent de la donnée qu'il s'agit alors d'articuler autour des films. Notre approche matérialiste considère ces éléments de *seuil* et leur actualisation au sein de différents contextes d'exposition du cinéma. À ce propos,

nous abordons maintenant quelques éléments manifestes de l'*expérience cinéma*, tels qu'ils apparaissent dans le contexte médiatique actuel.

2.2 L'expérience cinéma à l'aune de sa (re)définition

Une querelle autour de la place et du statut du cinéma a agité, il y a quelque temps, les études cinématographiques. Pour les uns, le cinéma est mort, pour les autres il n'a jamais été aussi vivant. On peut pointer deux facteurs, relativement incontestables, à l'origine des différentes remises en question théoriques autour du cinéma. Le premier est technique, il concerne la généralisation des outils numériques à toutes les étapes de la production et de la diffusion des films. Pour André Gaudreault et Philippe Marion (2013), qui parlent de crise identitaire, ces changements techniques révèlent par contraste ce qui ne change pas, c'est-à-dire la *construction culturelle et théorique* du cinéma. Par contre, Gaudreault et Marion identifient un second bouleversement, que l'on peut qualifier de culturel et technique à la fois. Il s'agit de la *perte d'hégémonie du grand écran* sur les images en mouvement. Bien que la tendance à la multiplication des écrans débute avec l'avènement de la télévision, elle est aujourd'hui marquée par une dilution manifeste de la centralité du visionnement en salle. Nos deux auteurs, faisant référence aux travaux de Tom Gunning, soulignent cependant que les crises et les ruptures ponctuent régulièrement l'histoire du cinéma.

Comme Bazin, [Gunning] manifeste un *optimisme historique* basé sur une foi tenace en un renouveau perpétuel du média-phénix : « the apocalypse was not quite what we expected. [...] Tomorrow we may just have to start over »⁸⁹ (Gaudreault et Marion 2013, 32).

⁸⁹ Propos issus de la conférence de Tom Gunning. 2009. « In the Very Beginning, at the Very End », 16^e *Convegno internazionale di studi sul cinema*, Udine, Italie : Università degli Studi di Udine, mars 2009.

Suivant la même idée, Raymond Bellour (2012) évoque également les nombreuses annonces de la mort du cinéma, à chaque fois que les mutations de sa forme l'éloignent des idées arrêtées à son propos.

Des trois camps délimités par Gaudreault et Marion⁹⁰ que sont, celui regroupant les convaincus de la mort du cinéma, celui annonçant qu'il est partout, et enfin, celui qui juge qu'il survit, mais uniquement dans l'expérience du film en salle, nous allons ici nous concentrer sur le dernier. Celui-ci apparaît le plus à même de nous renseigner sur les éléments dégagés par ce débat de (re)définition des caractéristiques propres au cinéma. Le second, celui qui perçoit une expansion de l'emprise du cinéma sur le champ médiatique contemporain sera abordé à la section *Les variantes de l'expérience cinéma : cinéma élargi et exposé*. Le premier, quant à lui, apparaîtra en filigrane dans les chapitres de développement de notre recherche et au moment de faire quelques constats en lien avec l'actualité dans notre dernier chapitre. Jacques Aumont (2012) résume bien la teneur de l'argumentaire développé par les défenseurs de l'expérience du film en salle et de son unicité :

Je pense que le cinéma est loin d'avoir disparu sous sa forme la plus habituelle, et que parmi les nouvelles manières d'apparaître de l'image mouvante, il continue de se distinguer comme porteur d'une combinaison de certaines valeurs, dont il a l'exclusivité. (12).

C'est en particulier dans « la projection vécue d'un film en salle, dans le noir, le temps prescrit d'une séance plus ou moins collective [...] » (Bellour 2012, 14) que réside la spécificité du cinéma. Tant et aussi longtemps que des films seront produits en vue de leur projection en salle, le cinéma vivra, si l'on suit la pensée de ce groupe d'auteur.

⁹⁰ Pour une revue des ouvrages portant sur la question, cf. le chapitre « Tension autour de l'extension » du livre de Gaudreault et Marion (2013).

L'objectif est donc de regrouper sous les termes *expérience cinéma* plusieurs éléments qui permettent à un groupe de chercheurs en études cinématographiques de (re)définir les spécificités de celui-ci en regard des autres formes médiatiques qui l'entourent. Des théoriciens comme Jacques Aumont (2012), Raymond Bellour (2012) ou encore Dudley Andrew (2010) expriment, en effet, la nécessité de réaffirmer l'unicité de l'expérience du film en salle. Aumont souligne l'importance de *regard tenu dans le temps* de la projection cinématographique. Bellour décrit la spécificité de la projection collective du film en salle. Avec Thomas Elsaesser (2005a), on explore le rôle crucial joué par la cinéphile tant dans l'histoire du cinéma, que dans les nouvelles formes de socialisation autour des films (forum de discussion en ligne, production de contenu par remixage d'extraits vidéo, etc.)(Jenkins 2006a; Shambu 2014). Andrew (2010) rappelle, pour sa part, la construction par la critique d'un ensemble de discours sur les films, non seulement matière à réflexion pour des productions futures, mais aussi développement d'une vision du monde particulière. Finalement, Laurent Jenny (2013), dans son étude de l'expérience esthétique, analyse la réception des œuvres en tant que battement entre perception et mémoire de rencontres esthétiques passées. On le voit, ces apports théoriques recoupent aussi bien des objets et des systèmes technologiques, des considérations esthétiques et des discours.

Bien que la majorité des ouvrages rapportés ici se concentrent sur des éléments entrant dans ce que nous choisissons d'appeler l'expérience cinéma, d'autres aspects sont aussi évoqués. Cela peut concerner des points particuliers de l'institution cinéma, par exemple : montage, prise de vue, etc. Andrew nomme notamment une affinité particulière avec la réalité dans la direction ouverte par les travaux de Siegfried Kracauer. Par souci de clarté et de concision, seuls les éléments en lien avec la figure de la spectatrice et son expérience des images en mouvement ont été retenus. Selon comment cette *expérience cinéma* se trouvait définie, nous avons classé les aspects

évoqués en trois groupes : par un lieu et un temps donné, par la cinéphilie et la critique, enfin par la mémoire. Nous les allons les évoquer chacun successivement.

2.2.1 Par un lieu et un temps donné : une salle, un grand écran, une séance

La séance de cinéma, c'est dans les discours de nos auteurs à la fois un lieu bien défini, une salle avec un droit d'entrée payant (la plupart du temps), un écran concentrant l'attention des personnes présentes et une durée de visionnement déterminée. Au centre de ses trois éléments : salle, écran et séance, on trouve la projection. Celle-ci dépend de leur agencement : la salle apporte l'essentielle pénombre, l'écran, la surface réfléchissante, la séance, la durée d'immobilisation des spectateurs nécessaire au déroulement (au propre, comme au figuré) de l'entièreté du film. Jacques Aumont (2012) affirme que la projection d'image mouvante et de grande taille est un élément marquant du 20^e siècle. Dans son chapitre « The projector as spectator's searchlight », Dudley Andrew (2010) la désigne comme un lieu de mutation aujourd'hui. C'est-à-dire qu'elle se transforme (passage de l'argentique au numérique, par exemple), tout en constituant toujours une caractéristique majeure du cinéma. Lorsqu'Andrew fait référence à l'avis de Jean-Luc Godard sur cet aspect du cinéma, on comprend que la projection désigne par extension le dispositif de la séance, l'agencement de ses éléments constitutifs.

For [Godard], the cinema *qua* cinema exists only in a public space, where a diverse audience sits still as the projectionist sends out over their heads images that picture an enlarged world (Andrew 2010, 68).

Ces images du monde sont projetées sur la surface d'un écran, qui fait l'interface entre le regardant et le monde vécu. S'appuyant sur les travaux de Bazin, Andrew souligne que celui-ci n'est pas perçu directement (comme à travers une vitre), mais déposé sous forme de traces. Ce que le spectateur voit et entend ne provient pas uniquement du monde vécu, ni d'ailleurs d'une pure invention. Il s'agit plutôt de

fragments de données sensorielles (*bits of sensory data*) formées en vue de susciter la pensée et l'imagination. Lors de ce que l'on pourrait décrire comme de petites épiphanies, Andrew constate que la surface écranique se redouble d'une troisième dimension. Chez les spectateurs peut se composer, à partir du défilement des images, une impression de profondeur, ou encore une conscience du temps qui mène Andrew au constat d'une ouverture au-delà de la surface de l'écran. Aumont (2012) exprime une idée similaire lorsqu'il décrit l'expérience de la projection :

La séance de cinéma [...] est un battement labile entre des moments où l'image est une pure apparition [...], et des moments où elle est le dépôt matériel, sur une surface blanche, d'un jet de lumière mise en forme provenant d'une source visible ou invisible, mais de toute façon co-présente (79).

Ce n'est cependant pas du côté d'une rigidité du dispositif qu'il faut aller chercher les raisons de ce *battement labile*. Certaines projections ont lieu en plein air ou dans des ciné-parcs. Au principe de la possibilité de dépassement des éléments physiques et optiques du dispositif, il y a la rencontre des images par une spectatrice. Aumont décrit comment la projection peut venir chercher la sensibilité de l'auditoire par un aveu. Il reconnaît s'être toujours représenté les images projetées comme intouchables, certes, mais aussi, et en même temps, comme le résultat d'une manipulation. Au lieu d'avoir en tête le processus séquentiel de la production avec ses étapes de tournage, de montage et de diffusion, Aumont préfère jouir de l'expérience d'une *matière visuelle*, manipulée et sujette à contemplation tout à la fois.

Bellour et Aumont réaffirment l'importance de la séance comme unité de *temps propre*⁹¹. Si cette condition n'est pas respectée, si par exemple le spectateur peut interrompre le cours du film, alors, pour eux, ce n'est pas du cinéma. Aumont

⁹¹ L'expression *temps propre* est de Jacques Aumont (2012).

remarque ainsi : « l'invention la plus importante, *du point de vue esthétique*, c'est bel et bien la touche « pause », qui produit une image d'une nature nouvelle. » (41). Gaudreault et Marion (2013) qualifient la généralisation du *lecteur vidéo* et son corollaire de contrôle sur le déroulement du film de *tsunami*. La touche « pause » arrête le flux et interrompt la relation avec le spectateur. La projection produit, en revanche, « *un regard tenu dans le temps* » (Aumont 2012, 85). Occuper l'attention du spectateur pendant une période donnée est une caractéristique élémentaire du cinéma, selon Friedberg (1993). L'expérience cinéma induit un déplacement temporel qui accorde durant le temps du visionnement plusieurs temporalités : celle de la production du film, celle du temps diégétique, celle enfin de la projection. Toutes ces temporalités sont travaillées, c'est-à-dire qu'elles sont assumées par une instance d'auteur. Le temps de la projection permet à la spectatrice de bénéficier de leur synthèse, tout à la fois offertes à la contemplation et produit d'une manipulation parcourable ou appropriable, au sens évoqué, à l'instant, par les écrits de Jacques Aumont. Il faut donc préciser. Si le regard de la spectatrice est « tenu dans le temps » de la projection, les autres temporalités restent ouvertes. Et l'on pourrait ajouter qu'elles le sont d'autant plus, ou que leur parcours est favorisé par la pratique répétée de cette expérience. On retrouve l'entretien et le partage du plaisir provoqué par le visionnement que nous avons déjà évoqué. Si l'on en croit nos postulats benjaminien de départ, la rencontre esthétique se fonde en partie sur une telle possibilité de croisement des temporalités. Le cinéma permet ainsi de faire l'expérience de plusieurs temps, celui de la projection, celui du montage, mais aussi tous ceux liés au ressouvenir, à propos de projections passées ou des multiples renvois et allusions intertextuels, par exemple.

Aumont admet cependant que certains artistes parviennent à reproduire une pareille *gestion temporelle*, ne fut-ce que d'un point de vue théorique, en dehors de la salle. Il cite dans cette catégorie l'artiste Douglas Gordon et son installation *24-Hr Psycho*,

qui projette une version ralentie du film d'Hitchcock sur une durée d'une journée. Au cinéma, par contre, une fois la condition temporelle acceptée, la spectatrice est laissée libre de profiter des images. C'est pour Aumont l'un des problèmes de l'interactivité. Dans le webdocumentaire, qu'il évoque comme illustration, les choix sont placés entre les mains du spectateur. Celui-ci perd donc sa liberté de rencontrer l'intrigue ou les images au cours de la projection. Une rencontre permise par, dans les termes d'Aumont, la *mise en jeu du corps* du spectateur. Cette mise en jeu, parce qu'elle permet la rencontre des images, produit un type de regard spécifique. Non pas qu'il s'agisse de déconsidérer l'apport des autres sens à l'expérience du film en salle, mais bien plutôt de souligner ce que cette immobilisation partielle du corps travaille à produire : c'est-à-dire, une certaine façon de voir.

Anne Friedberg, dans son livre *Windows Shopping* (1993), tisse un lien similaire entre les aspects formels des dispositifs visuels, envisagés dans leur contexte de développement, et leur contribution à la formation d'une manière de donner à voir. Elle décrit le regard spécifique produit par les attraits visuels que la ville présente au 19^e siècle, telles les vitrines des passages parisiens ou les spectacles des dioramas. Elle relève le caractère *mobilisé* de ce regard, les visuels sont conçus pour attirer l'attention, et son aspect *virtuel*, il s'agit de représentation du monde sans lien avec le temps ou l'espace occupé par le spectateur. Elle souligne surtout la marchandisation de l'expérience visuelle.

During the mid-nineteenth century, the coincident development of department store shopping, packaged tourism, and protocinematic entertainment began to transform this mobilized gaze into a commodity, one sold to a consumer-spectator (4).

Les capacités de mobilisation du regard par les attractions visuelles sont instrumentalisées dans une visée consumériste. Celle-ci capitalise sur une manière de donner à voir inédite, capable d'attirer l'œil et de faire voyager le regard. Friedberg

prolonge d'ailleurs son idée en désignant le centre d'achat comme une réactualisation contemporaine de la figure du *spectateur-consommateur*. Si cette inscription des attractions visuelles dans des logiques commerciales propose une vision pessimiste de l'histoire du cinéma, Friedberg admet néanmoins, avec Benjamin, que le cinéma peut également apporter une rédemption face au confinement induit par l'architecture du 19^e siècle. Cette affirmation révèle, encore une fois, la sensibilité de Friedberg pour les aspects formels du mode de visionnement proposé par le dispositif cinéma. Prolongeant l'idée d'une capacité d'émancipation propre au cinéma, l'on peut poursuivre notre réflexion à propos de la forme particulière de regard qu'il propose. Selon Jacques Rancière (2008), le spectateur, confronté à certaines images (certains assemblages d'images), est invité à s'interroger à leur propos. Ainsi, malgré que le cinéma force son spectateur à l'immobilité, celle-ci se limite aux contraintes physiques du dispositif. En pensée, le spectateur des arts spectaculaires tel le cinéma, mais aussi le théâtre peut, toujours selon Rancière, exercer sa capacité de discernement et gagner ainsi une relative indépendance de pensée.

La projection, parce qu'elle impose un lieu et un temps donné, tend à produire une forme particulière de regard qu'Aumont décrit comme « tenu dans le temps ». Pour reproduire l'expérience de ce regard en dehors de la salle, un certain mimétisme d'adaptation est nécessaire. C'est du moins l'avis de Francesco Casetti lorsqu'il liste les pratiques qui permettent à l'internaute de recréer partiellement les conditions de visionnement de la salle obscure. Sans contredire cette affirmation ou en diminuer la portée, il s'agit de considérer, au-delà de la libération du regard par l'immobilisation, l'importance de ce sur quoi débouche cette libération. Durant la projection, le regard de la spectatrice est libre de faire l'expérience d'une pluralité de temporalité. On verra comment les catalogues cinéphiles composent avec ce premier aspect fondamental de l'expérience cinéma.

2.2.2 Par la cinéphilie et la critique

De manière relativement explicite, nous nous situons maintenant du côté de notre seconde composante de l'expérience cinéma et allons concentrer notre attention sur les modes de partage et d'entretien du plaisir procuré par le visionnement. On s'attarde donc sur les aspects qui touchent « la fonction communicationnelle de l'expérience esthétique » (135), pour reprendre la formule que Laurence Allard (2000) emprunte aux travaux de l'École de Constance dans le sillage de l'*esthétique de la réception* développée par Hans Robert Jauss. En effet, les mutations contemporaines de la cinéphilie et celles touchant à la critique ainsi que leur rôle dans le partage de l'expérience cinéma font partie des éléments convoqués au sein des discours de (re)définition du cinéma. Il s'agit de relever, tout au long des argumentaires proposés, les caractéristiques manifestes des pratiques et des discours produits autour et en prolongement du visionnement. Ce faisant, on retiendra quelques-uns des enjeux soulevés par l'adaptation de ces caractéristiques à l'univers du numérique.

Pour commencer, évoquons une brève définition de travail de la cinéphilie : « [R]itualisation de l'expérience cinématographique », elle correspond à des « modes de communication du plaisir » à l'intérieur de « communautés d'interprétation⁹² » (Jullier et Leveratto 2010a; Elsaesser 2005a; Shambu 2014). De nature relativement minimaliste (compte tenu des nombreux écrits sur le sujet), cette définition a le mérite de correspondre à différentes formes de rapport cinéphile au cinéma, tout en les rassemblant sous un nombre limité de principes centraux. Formulé autrement, la cinéphile recoupe le fait d'acquérir un type de savoir issu de la consommation des

⁹² Avec Stanley Fish, Laurence Allard (2000) les définit ainsi : « Ces communautés sont constituées par le regroupement contextuel de spectateurs employant un même répertoire dans la compréhension et l'interprétation d'une œuvre et reposent sur la validation intersubjective continue des critères internes de jugement partagés par les acteurs d'une même communauté interprétative » (156-157). Avec Jonathan Gray et Kristina Busse (2011), on peut préciser l'origine du terme. Si celui-ci est souvent convoqué pour caractériser des communautés existantes, Fish l'utilise pour décrire une série de *stratégies d'interprétation* partagées et non le groupe ainsi formé.

films (souvent de grandes quantités de films), ainsi que les pratiques qui permettent de cultiver et partager ce plaisir. Elle permet de désigner la construction par les publics, dès les années 1920, de « dispositifs de jugement » qui visent, le plus souvent, à favoriser la jouissance des films en réduisant l'incertitude liée à l'expérience de ceux-ci (sélection des œuvres jugées dignes d'intérêt, acculturation des audiences au spectacle cinématographique et à ses mutations) (Jullier et Leveratto 2010a). Dans un article intitulé *Cinephilia, or The Uses of Disenchantment* (2005a), Thomas Elsaesser dresse un portrait du phénomène cinéophile depuis l'après-guerre jusqu'à nos jours. Il identifie quelques composantes de cette manière de vivre le cinéma, parmi ceux-ci : une nostalgie, un désir (*longing*) et une discrimination. Prenant l'exemple du groupe formé autour de la Cinémathèque française, Elsaesser évoque la rencontre des cinéastes et critiques de la Nouvelle Vague autour de certains films, notamment américains. L'expérience partagée de leur visionnement contribue à former un groupe qui s'identifie par un plaisir commun. Un travail d'écriture et de création s'élabore à partir du corpus de films vus. La pratique du groupe formé autour de la Cinémathèque française va se constituer en référence, un socle mythique pour les développements subséquents de la cinéphilie. Dans le sillage de ces rencontres bien connues et, en quelque sorte fondatrices, le terme désigne alors les activités de défenses ou de rejet de certains films ou genres, pratiqués par des groupes constitués justement sur la distinction qu'apportent ces préférences. Le partage des préférences cinéphiles passe par l'écriture, dans une forme qui mélange des passages de l'ordre du compte rendu descriptif, de l'analyse formelle, voire d'une évocation des émotions ressenties devant le film⁹³.

La description du film offre, en effet, une manière de partager notre expérience, chaque lecteur mettant sa propre mémoire corporelle du

⁹³ À titre d'exemple, voir les textes réunis dans le volume *Critique et cinéphilie* (De Baecque 2001) de la *Petite anthologie des Cahiers du cinéma*.

plaisir procuré par ce film au service de l'échange. Le recours à l'écriture conduit ainsi à substituer un discours sur l'objet technique, le film, à l'expression du plaisir personnel ressenti en situation (Jullier et Leveratto 2010a, 25).

Jullier et Leveratto précisent ce que suppose ce *partage de l'expérience*. La formation d'une culture cinématographique commune, caractérisée notamment par de tels échanges, passe par la maîtrise d'une « expertise culturelle ». Chaque personne doit *pouvoir se mettre à la place d'autrui* (Leveratto 2003), afin de tenir compte « de la mémoire collective portée par les autres spectateurs et de leur propre évaluation » (Jullier et Leveratto 2010a, 26) du film et parvenir ainsi à assurer la communication des émotions vécues lors de la projection. On peut voir le développement des ciné-clubs en Europe dès les années 1920, et l'aspect cinéphile de la critique cinéma portée par les *Cahiers*, comme l'invention d'une parole et d'une écriture, dont le succès renvoi au renforcement de cette « expertise culturelle » à travers la population.

Relevant un aspect moins étudié bien que tout aussi crucial, Elsaesser (2005a) rappelle que la cinéphilie est aussi affaire de désillusion. Celle-ci provient du fait que le désir de cinéma se confronte inmanquablement à la réalité du visionnement. Cette confrontation peut provoquer la déception, mais celle-ci contient, selon Elsaesser, un potentiel productif. Il se réfère à *La recherche du temps perdu* de Proust pour montrer comment cet auteur lie le désenchantement et la déception à la capacité de ressentir et de se souvenir.

It is as if disappointment and disenchantment are in Proust by no means negative feelings, but belong to the prime movers of the memory imagination. Savoring the sensed discrepancy between what is and what is expected, constitutes the semiotic act, so to speak, by making this difference the prerequisite for there to be any insight or feeling at all (33).

Au-delà de cette incitation à l'imagination, Elsaesser affirme qu'adopter une attitude cinéphile, c'est aussi accepter l'illusion du film, de jouer le jeu de la projection. Deux

éléments concourent cependant contre la possibilité de se laisser aller à la jouissance du cinéma selon une telle posture. Le premier se loge dans la distinction qu'opère Elsaesser en distinguant, d'un côté, le fait de prendre conscience de la possibilité d'une suspension de l'incrédulité (*suspension of disbelief*) et, de l'autre, la réclamation par certains théoriciens d'un réveil des auditoires. Elsaesser semble évoquer ici les travaux sur l'aliénation, dans le sillage ouvert notamment par les écrits de Jean-Louis Baudry⁹⁴. Anne Friedberg (1993) fait efficacement la synthèse d'un élément central à l'analyse de Baudry :

[...] Baudry posits a « wish » that generated the « long history of cinema ». The wish is precisely, in Baudry's analysis, the pleasure found in a misrecognition (*méconnaissance*) where representations are *mistaken* for perceptions. (or—to use different terms—where the “virtual” is confused with the “real”). The misrecognition of representation for perception is, as Baudry will argue, the locus of the apparatus ideological power (131).

Placer de la sorte l'idéologie au cœur du dispositif cinéma a pu amener certains penseurs à dénoncer en bloc les envoûtements du cinéma, regrette Elsaesser, sans envisager que la crédulité du spectateur puisse aussi provenir d'une acceptation temporaire des règles de la projection. Elsaesser met en garde contre la déconstruction hâtive des discours articulés autour de la cinéphilie entendue comme un amour du cinéma. Cette déconstruction a mené à une *politisation du plaisir* et à une *psychologisation du désir*, sans forcément avancer dans la compréhension de cette manière particulière d'apprécier le cinéma. Il développe un second aspect, cette fois inhérent aux films eux-mêmes. Elsaesser observe le tournant pris par les grandes productions hollywoodiennes des années 1970. L'illusion s'y trouve remplacée par la recherche d'un hyperréalisme. En maintenant la spectatrice dans un état d'hébétement, les effets spéciaux à grand déploiement la relèvent de la nécessité d'y croire, et donc

⁹⁴ Cf. notamment l'article de Jean-Louis Baudry dans la revue *Communications* (1975).

du rapport fragile et précieux à l'illusion.

On le voit, la cinéphilie travaille à créer les conditions propices à la réception des films selon des codes qui lui sont propres⁹⁵. Là encore, la valeur de la synthèse proposée par Elsaesser réside dans sa portée diachronique. La recherche d'une posture adéquate pour jouir du plaisir de l'illusion procuré par la projection du film permet d'expliquer plusieurs états des discours entourant le cinéma. Comme on vient de le voir, elle prend en considération les résistances face à certains travers des lectures politico-idéologiques des années 1960 et 1970. Plus près de nous, elle permet d'appréhender les pratiques contemporaines autour du cinéma de genre, par exemple, et la diversification des cadres interprétatifs, chacun associé à une communauté de *fan* qui développe ses propres modes de jouissance des films.

Avec la multiplication des lieux de diffusion du patrimoine cinématographique : cinémathèque, musée, chaîne de TV cinéphile ainsi qu'à travers le développement de l'enseignement du cinéma à l'université, Aumont (2012) constate une diversification de la cinéphilie à partir des années 1980. Elsaesser va plus loin en décrivant deux catégories de cinéphile. La première reste attachée au visionnement sur grand écran et en salle. La seconde use des technologies pour se départir des contraintes d'espace liées au visionnement et à la tenue de discussions sur les films⁹⁶. Les échanges qui se produisent au sein de cette seconde catégorie peuvent être caractérisés en termes de *fan culture*. Les premières études des communautés et des pratiques de fan datent des années 1990⁹⁷. Elles accompagnent le décentrement de la parole cinéphile légitime.

⁹⁵ Les clés de lecture cinéphiles émergent d'ailleurs d'un aller-retour entre différents pôles : universitaire, journalistique, commercial et au sein des communautés de fans, comme nous allons le voir.

⁹⁶ Elsaesser cite une troisième voie, celle des festivals attachés à des lieux ou des personnalités, sans la développer en détail au sein de son article.

⁹⁷ La visibilité et l'organisation de tels groupes au sein des audiences culturelles prédatent néanmoins l'arrivée du cinéma. Certains écrits du 18^e siècle possèdent leurs groupes d'adorateurs et les adeptes de

Jullier et Leveratto formulent la distinction suivante. Ils assimilent la cinéphilie savante à la culture officielle et expliquent :

Dans la culture officielle, on utilise les informations pour « renforcer ou enrichir l'appréciation d'un travail » ce qui augmente sa valeur à la fois scolaire et monétaire, alors que dans la « culture de fan » on utilise d'abord son savoir pour participer à l'échange ou pour pénétrer à l'intérieur du processus de production, une vision qui n'est pas accessible au profane (17).

Se forment ainsi des communautés sociales alternatives ⁹⁸, dans lesquelles l'investissement des membres est généralement élevé. Les codes de légitimation de la parole cinéphile y sont variables (Allard 2000), mais les groupes formés tendent à valoriser une capacité d'interprétation des films en dehors des sentiers battus ou qui proposent des modes de subversion des codes d'analyse établis. Les différents types de lectures privilégiées par les fans ne sauraient représenter un tout unique. Elles sont davantage le produit de « stratégies différentes et contradictoires » (Jancovich 2002 : 314). Avec le développement de la vidéo domestique et des technologies de communication numérique, les pratiques de fan sont, malgré cette complexité, souvent décrite comme un ensemble cohérent, perçu comme opposé ou occupant une place en parallèle de la culture de masse ou de celle des élites. Selon Malte Hagener et Marijke de Valck (2005), les communautés cinéphiles en ligne sont suffisamment flexibles et connectées pour permettre l'échange des *affects*, des souvenirs et des objets eux-mêmes, c'est-à-dire placer les œuvres dans leur totalité ou par fragments au cœur des discussions. Les deux auteurs soulignent d'ailleurs la rupture engendrée

littérature expriment également leur passion par lettres de lecteur interposées (Jullier et Leveratto 2010a).

⁹⁸ On pense bien sûr aux travaux fondateurs d'Henri Jenkins sur les pratiques des fans (2006a), ainsi qu'à ceux portant sur le *pop cosmopolitanism*, la consommation de produits culturels transnationaux qui favorisent une démultiplication des identités (2006b).

par la cinéphilie en réseau. Évoquant les contributions à l'ouvrage collectif qu'ils dirigent, ils écrivent :

Their essays demonstrate that, beyond the individualist immersion characteristic of the cinephile practice popular from the 1950s to the 1970s, a new diversified brand of cinephilia – simultaneously an individual practice, a collective identity formation, and a critical method – is emerging (19).

Attachés à décrire le même phénomène, Sperb et Balcerzak (2012) proposent une description plus hétérogène de celui-ci :

the result is an off-modern *cinephilia* that rejects linear narratives of social and technological progress and instead embraces the cinema's abilities to wander in all directions, and proliferate through numerous platforms (5).

Quelles sont alors les caractéristiques de cette « cinéphilie assistée par ordinateur » (Allard 2000 : 134) ? On retiendra ici trois aspects de la cinéphilie des fans : le *cultisme*, la circulation des paratextes et le développement d'une esthétique cinéophile.

En premier lieu, on peut évoquer l'attachement à des films culte et l'histoire de ce mode d'appropriation. Un film ou un ensemble d'œuvres sont sélectionnés parmi la masse des titres en circulation (Fiske 1992). Ils font l'« objet d'une passion proclamée publiquement » (Jullier et Leveratto 2010a : 20)⁹⁹. Mark Jancovich (2002) fait remonter le film culte à la création de salles spécialisées (*art cinema*) à la fin des années 1940 aux États-Unis. Alors que ces salles contribuent à sensibiliser les audiences de l'époque à une manière de voir le cinéma comme un art, l'émergence

⁹⁹ Jullier et Leveratto reprennent ici les propos de Janet Staiger, voir son livre *Media Reception Studies*, New York, New York University Press, 2005.

des salles de répertoire (d'anciens ciné-clubs universitaires), une décennie plus tard, va consacrer le phénomène.

[c]ult movie audiences developed out of the audiences for the art cinema and repertory theatres, and it was these institutions that provided the spaces for congregation and often acted as the gatekeepers who classified and reclassified films through their advertising and exhibition (315).

Par leur analyse de ces pratiques, les *cultural studies* américaines ont eu tendance à les assimiler à des formes de résistances aux industries culturelles (Bourdaa 2012). Créant leur propre grille de lecture, les classes populaires s'approprieraient les produits culturels sur un mode différent de la critique érudite, ici associée à la cinéphilie dite classique. Jancovich (2002) dénonce cette lecture qu'il explique, avec Sarah Thornton (1995), par une vision fantasmée du *mainstream* liée à une représentation pessimiste des masses, « victimes dégradées de la culture commerciale *mainstream* » (312). Jancovich regrette la tendance à l'homogénéisation de cette vision dont l'application conduit à écraser les différences entre les groupes de cinéphiles. Selon lui, ces derniers concentrent leurs attaques, non pas sur la culture de masse qui leur permet par comparaison de mettre en valeur les spécificités de leurs propres goûts, mais plutôt sur les autres collectifs cinéphiles, dénoncés pour leur manque d'authenticité.

In fact, cult movie audiences are less an internally coherent 'taste culture' than a series of frequently opposed and contradictory reading strategies that are defined through a sense of their difference to an equally incoherently imagined 'normality', a loose conglomeration of corporate power, lower middle class conformity and prudishness, academic elitism and political conspiracy (315).

Si la relation entre ces groupes et la culture de masse décrite par Jancovich est importante pour caractériser l'attachement des cinéphiles à des œuvres culte, elle éclaire également un autre aspect. Celui-ci est à mettre en lien avec les discours

scientifiques qui accompagnent l'émergence des communautés cinéphiles en ligne. Il semble, en effet, que l'on assiste à une substitution : les pratiques connectées des cinéphiles remplacent les lectures populaires des fans. Les premières sont valorisées et opposées à la cinéphilie classique, identifiée à l'élite, ce faisant elles reprennent les attributs et le potentiel d'émancipation des secondes. Nous verrons qu'une telle substitution, tout en reconduisant l'opposition simplificatrice relevée par Jancovich, contribue également à brosser un portrait simplificateur des différents éléments convoqués (la cinéphilie classique et la cinéphilie en ligne pour ce qui concerne le plus directement notre recherche).

Deux aspects marquent la construction d'une histoire du cinéma propre à chaque spectatrice : un « culte du fragment », qui peut donner lieu à la formation d'anthologies thématiques mettant bout à bout des extraits sélectionnés avec soin (on pense aux différents *mashup* des sites de partage de vidéos), et une accumulation de titres, sur le mode de la collection de films et de leurs péri-textes (les contenus offerts en *bonus* sur les coffrets DVD, par exemple). Cette seconde tendance est d'ailleurs liée à l'équipement généralisé des foyers pour la vidéo domestique (Klinger 2006) et aux réseaux parallèles et illégaux d'échange et d'accumulation de vidéogrammes, puis par l'intermédiaire du téléchargement de copies numériques des films. Au-delà de l'accès à une vaste quantité de films à visionner, il faut également pouvoir les accumuler.

Le téléchargement [illégal] repose sur l'idée qu'il est non seulement nécessaire de pouvoir voir des films, mais qu'il faut aussi disposer d'archives, stables et pérennes, véritables banques d'images et données cognitives¹⁰⁰.

¹⁰⁰ Mélanie Bourdaa (2012 : 242) cite les propos d'Allard et Blondeau qui traite spécifiquement du téléchargement illégal, cf. Laurence Allard et Olivier Blondeau. *Devenir média : l'activisme sur*

Outre la constitution d'archives personnelles, l'accumulation de titres renvoie également à la capture de la valeur culturelle associée aux films et à leur support de diffusion. La distribution en DVD représente, de fait, une étape importante dans notre analyse, car, en plus d'être liée à nos objets comme nous allons le voir, elle illustre bien les mécanismes de production et de circulation de cette valeur. Plusieurs des films proposés sur les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement proviennent de sélections effectuées par des compagnies spécialisées dans l'édition de coffrets DVD tels que *Kino* ou *The Criterion Collection*. Ces entreprises endossent à la fois un rôle de distributeur (certains des films dont ils possèdent les droits sortent en salle) et un rôle de diffuseur (par l'intermédiaire de la constitution d'un label de qualité au fil de l'édition ou réédition de classiques cinématographiques). Daniel Herbert (2011) dresse le portrait de ces compagnies et de leurs activités. Celles-ci reposent sur des logiques cinéphiles et élitistes, où la diffusion et la consommation des films participent de l'élaboration d'un *capital culturel* (à la Bourdieu). Herbert démontre bien comment, tant du côté des employés travaillant dans ces maisons d'édition que chez leurs clients, le film en tant que bien culturel est instrumental à la création d'une exclusivité, d'un cosmopolitanisme culturel lié à une élite socio-économique. En partie, ce sentiment de distinction a été créé par la perception de qualité associée aux coffrets proposés à la vente. La numérisation des films est soignée et de nombreux apports critiques ou de contexte accompagnent les supports DVD.

Internet, entre défection et expérimentation. Paris: Editions Amsterdam, 2007, p. 118. Pour une actualisation de cette nécessité de posséder les films, voir la note 17. L'article de Virginia Crisp (2018) à propos d'un ensemble de groupes parfois désignés par l'appellation *the Scene* propose un éclairage récent des pratiques de diffusion informelle. À partir d'une série de règles techniques et de nomenclatures précises, ces groupes travaillent à retirer les protections logicielles des fichiers numériques et à produire de nouvelles *releases* des produits culturels commerciaux (films, musique, livres).

En gardant en tête le sens large de la notion de distribution, que nous évoquions au précédent chapitre, on peut faire le rapprochement entre, d'un côté, la mise en marché de DVD effectuée par ces compagnies, et par voie de conséquence les efforts de programmation subséquents déployés par les catalogues, et, de l'autre, les pratiques de fans évoquées il y a quelques instants. À la suite de son analyse de la formation du *cultisme*, Jancovich parvient, en effet, à la conclusion que les médias (presse généraliste et magazines spécialisés notamment) et les cercles universitaires ont contribué à la formation de ces formes divergentes de lectures des films en créant des *marchés sélectifs* basés sur un sentiment de distinction (*sense of distinction*). La culture cinéphile qui marque la mise en marché des DVD et les espaces en ligne des catalogues représente donc le produit de l'action réciproque de ces services, des communautés spécialisées, des médias et de la médiation culturelle effectuée par les milieux académiques. Le modèle théorique développé par Pierre Bourdieu (1979) qui associe la valeur accordée aux biens culturels avec l'entretien de formes de distinction sociale se trouve ainsi complété sur plusieurs plans. S'inscrivant parfaitement dans la lignée de notre conception de la distribution du cinéma, Daniel Herbert (2011) souligne que la circulation des biens culturels se double d'une circulation d'une idée de la valeur de ces biens. Il évoque des compétences culturelles, des goûts et des pratiques d'utilisation. Si ces dispositions et ces aptitudes peuvent être basées sur des privilèges économiques et sociaux, elles sont également favorisées par des stratégies médiatiques.

Within the mass production of Hollywood middle-brow culture, Bourdieu's system of class distinctions is maintained by media marketing practices that classify audiences based upon their spending power and choice of spending categories (Shefrin 2004, 276).

Les individus renforcent leur *capital culturel* en interaction avec ces stratégies, lorsqu'ils décident d'investir dans des livres, des magazines, des sorties au cinéma, ou, bien sûr, par l'achat d'abonnements à des catalogues cinéphiles. Si les théories

bourdieusiennes conservent toute leur valeur explicative pour décrire l'accès inégal à la culture, la notion de *goût*, avancée par le sociologue pour décrire « une conduite réservée à quelques élus » (Jullier et Leveratto 2010a, 3), semble se conjuguer difficilement à l'éclectisme et à l'éparpillement de la cinéphilie en ligne. Cela est dû en partie, comme le souligne la littérature (Fiske 1992), à la nécessaire prise en compte d'autres facteurs explicatifs tels que l'âge, le genre ou la race¹⁰¹, par exemple. Sans approfondir davantage ces considérations situées aux limites de notre étude, on préférera utiliser, dans la suite de ce travail et en complément s'il y a lieu de notre conceptualisation de la notion de distribution, le concept de *sous-culture* (*subculture*) élaboré par Sarah Thornton (1995). Construit dans le prolongement des travaux de Bourdieu, ce dernier permet une meilleure prise en compte du rôle des médias dans la construction de la culture des fans. Il donne également l'occasion de comprendre comment la construction d'une valeur culturelle peut se faire à destination (et se limiter à) des communautés restreintes.

Aussi bien la prolifération de multiples histoires, que celles-ci émanent de l'internaute ou d'une petite communauté d'intérêts, que le cultisme, « attachement aux œuvres marginales » (Jullier et Leveratto 2010a) qui font l'objet d'une passion défendue et explicitée au sein de cercles de connaisseurs, profitent de la circulation d'une masse d'information sur les films. C'est notre second point. Nombreux sont les points d'accès aux péritextes des œuvres¹⁰². Au-delà, un grand réservoir de paratextes peut informer l'internaute sur la manière d'aborder une œuvre ou à propos d'une ligne de lecture originale de celle-ci. Le développement des forums et des groupes fermés, où se croisent professionnels et amateurs, devrait donc se lire en regard de la nécessité de faire le tri et de recevoir des recommandations, non seulement sur les films à regarder, mais aussi sur les textes et les contenus à explorer dans leur entour.

¹⁰¹ Entendu ici au sens des études postcoloniales.

¹⁰² IMDb, AlloCiné, etc.

Petit à petit un savoir prend forme et « [l]’érudition fétichiste¹⁰³ du cinéophile peut alors être partagée, sa connaissance devenir en quelque sorte un bien commun dans l’espace du forum » (140). Cela ne sous-entend pas un accès ouvert et illimité à l’ensemble des connaissances et des expertises produites au sein des cercles cinéphiles.

[...] in cult movie fandom, information and inaccessibility need to be carefully regulated and balanced. For example, many publications present themselves as guides to an inaccessible ‘underground’ where knowledge is not only essential to appreciation and the making of distinctions, but as such, operates as a precious emblem of *insider* status (Jancovich 2002, 318-19).

Kristina Busse et Jonathan Gray (2011) rappellent l’importance de considérer l’aspect collectif du *fandom* pour situer les pratiques des fans sur un continuum qui va des membres très investis dans une communauté aux adeptes liés par l’adoration d’un même produit culturel, mais qui n’entrent pas nécessairement en relation avec leurs compères¹⁰⁴. La production de sens par les premiers dépend *d’interprétations partagées* au sein des *communautés d’interprétations* qu’ils fréquentent. Considérant la proposition de ces deux auteurs, on peut donc évoquer un second facteur expliquant la relative inaccessibilité du savoir cinéophile, ceci en complément des logiques de distinction et de formation du groupe déjà évoquées. Le savoir cinéophile produit est intimement lié à la communauté imaginée en commun par les membres du *fandom*. C’est d’ailleurs peut-être l’une des raisons de la condescendance que ce savoir a d’abord reçue au sein de l’université. Il entrerait en opposition avec la volonté d’institutionnalisation des études cinématographiques. Mais, progressivement, la

¹⁰³ Allard fait allusion ici à la « conduite fétichiste » de Christian Metz, cf. Christian Metz. 1984. *Le signifiant imaginaire*. Paris : Bourgois.

¹⁰⁴ Les deux auteurs situent les seconds du côté des travaux d’Henri Jenkins sur la *convergence* (2013), étant donné leur inscription dans les univers marketings prolongeant les films de franchise et les séries TV.

culture fan a fait sa place au sein de la critique, de l'enseignement et de la recherche sur le cinéma. Girish Shambu (2014) propose une analyse des conséquences de l'accélération de la circulation des paratextes cinéphiles. Selon lui, les discours sur les films peuvent faire l'économie de certains aspects jusqu'alors nécessaire à leur prise en compte et à leur légitimité, en se reposant sur les connaissances cinéphiles déjà partagées par les audiences en ligne. Il mentionne notamment le fait que certains commentaires font l'impasse sur la description des œuvres, une étape pourtant importante de la réactivation des souvenirs du film chez la spectatrice (ou en leur absence, de son imagination). « They can now perform pinpointed analyses that concentrate upon specific elements or fragments of films without having to abundantly surround them each time with narrative, aesthetic and film-historical context » (14). Shambu évoque les essais-vidéo et les postes de blogs qui peuvent alors « jouer de citations d'images, d'allusions, d'associations intertextuelles et de fructueuses juxtapositions pour produire d'importantes observations » (14) sur les films. Si ce type de regard procédant par emprunts fragmentaires n'apparaît avec les possibilités de mise en réseau du numérique, le type de commentaire qu'il produit se généralise avec le développement du web. La circulation des paratextes cinéphile sur ce dernier explique vraisemblablement le succès des anthologies et autres *mashup*.

En parallèle aux pratiques de gestion et d'assimilation de l'information paratextuelle auxquelles les participants à ses espaces en ligne se forment, on serait tenté de dire par acculturation, une esthétique distinctement cinéphile se développe. Il s'agit de notre troisième et dernier point. Cette esthétique est à situer en dehors de la valorisation des films pour leurs qualités techniques ou le fait qu'ils entrent en dialogue avec un contexte, une cause ou une histoire (personnelle ou collective). Ici, le travail d'interprétation passe au premier plan. Comme le rappelle Mélanie Bourdaa, celui-ci se déploie à partir de « nouvelles expériences de visionnage » :

ces visionnages font appel à différentes lectures et interprétation de la part des fans, ce qu'Henri Jenkins appelle des « relectures ». En effet, chaque fois, le fan va se concentrer « sur une multitude de matériaux textuels d'emprunt » (Jenkins 2008 : 222 cité dans Bourdaa 2012 : 242).

Le fait de trouver dans des films ordinaires des correspondances cachées avec les normes esthétiques ou tout simplement des aspects comiques ou plaisants jusqu'ici occultés se trouve valorisé pour le plaisir que l'on peut trouver à créer des versions alternatives ou parallèles de l'histoire, voire pour démontrer une connaissance approfondie des codes formels dominants en jouant de leur détournement¹⁰⁵. Si cette pratique repose sur l'élaboration de grilles de lecture inédites, une sensibilité à l'esthétique *trash*¹⁰⁶, par exemple, ou la célébration des libertés prises par une production de série B¹⁰⁷, ces modes de valorisation puisent également, malgré leur marginalité assumée, dans les registres de l'analyse cinématographique classique. Allard (2000) constate ainsi la prégnance des discours critiques objectivants et le fait que ces discours, classique dans leur tournure, conservent leur statut de référence au sein des discussions sur les forums cinéphiles qu'elle étudie. En ce sens, elle constate le prolongement des formes archétypales de la cinéphilie, entre valorisation de l'érudition et sacralisation sélective des œuvres. Au-delà de la description des pratiques de visionnement et des échanges entre cinéphiles sur les réseaux numériques, on comprend qu'il est difficile d'isoler une forme de lecture propre aux communautés de fan cinéphiles, d'autant que les manières de voir, on l'a évoqué, ont tendance à migrer entre les différents espaces (les forums, les ciné-clubs (universitaires), les salles commerciales) et les différents groupes constitués autour de

¹⁰⁵ Certain groupe confirment le statut référentiel des codes esthétiques du cinéma commercial par leur détournement, sur le mode de la *profanation*, voir note 140.

¹⁰⁶ Jeff Sconce (1995) affirme que l'esthétique *trash* tient compte de la construction sociale du goût et de ses implications politiques.

¹⁰⁷ Jancovich décrit comment l'*auteurism* complète la célébration de la culture des élites contre le *mainstream* en voyant dans des films à petits budgets (*low budget quickie*) des espaces où les réalisateurs peuvent jouir d'une plus grande liberté.

ceux-ci. Dans la foulée du travail de Jeff Sconce, qu'il critique d'ailleurs abondamment, Jancovich fournit un élément de réponse. Dans le travail de déconstruction de l'illusion cinématographique, c'est-à-dire, en accord avec les propos de Thomas Elsaesser évoqués précédemment, dans la recherche des éléments concourant à la suspension de l'incrédulité pour mieux en jouir et non pour l'explicitier ou la dénoncer, les cinéphilies des fans empruntent un chemin particulier. Selon Jeff Sconce (1995), la perspective des fans peut être comparée à la posture revendiquée par le *counter cinema* de Jean-Luc Godard et des théoriciens de la « Screen theory ». Ces derniers voient une possibilité de subversion du *mainstream* dans le style de certains films et dans ce que Jancovich, à la suite de Sconce qui reprend Kristin Thompson nomme l'*excès*. Certains textes appellent une lecture défamiliarisante qui libère la lectrice du poids des conventions et de la nécessaire maîtrise de ces dernières pour accéder au sens caché derrière l'œuvre. Le *paracinema* décrit par Sconce met également à profit cette lecture défamiliarisante, mais il « célèbre l'excès comme le produit d'une déviance aussi bien culturelle qu'esthétique » (1995 : 392, notre traduction)¹⁰⁸. De ce fait, il tient compte du passage dans l'œuvre d'éléments en provenance du contexte culturel et politique entourant les films. Il s'agit bien sûr d'une opposition simplificatrice et le but n'est pas d'opposer les lectures contre-hégémoniques des années 1970 (liée au premier sens de l'*excès*) avec la jouissance d'une esthétique *trash* (deuxième sens)¹⁰⁹. On peut, par contre, situer, au cœur de la fonction communicationnelle de l'expérience cinéma et parmi les modes de partage du plaisir cinéophile, un élément de l'esthétique propre à la culture des fans. Celui-ci repose sur une déconstruction sociale et politique, voire le

¹⁰⁸ Le passage provient de l'article de Jancovich. En lien avec son argument principal, Jancovich souligne la correspondance de la notion d'excès avec la lecture distancée et formaliste de l'esthétique bourgeoise décrite par Bourdieu. Selon lui, le *paracinema*, bien qu'attaché à déconstruire la construction sociale du goût et de l'appréciation cinéphilique, a recours aux stratégies qu'il semble vouloir dénoncer, c'est-à-dire ici, la lecture distancée des œuvres. Nous traduisons.

¹⁰⁹ Jancovich note d'ailleurs que Sconce semble oublier la prise en compte, par la *screen theory* elle-même, des enjeux contextuels entourant les films.

détournement complet, des goûts généralement admis au sein de la masse des spectateurs. On verra que les paratextes produits par les catalogues cinéphiles reprennent certaines des clés de lecture évoquées jusqu'ici, aussi bien que d'autres postures liées (*gore, nanar, camp*). Nous y reviendrons plus en détail. Reformons donc cette brève évocation par un constat. Au-delà de ce jeu avec les codes et les catégories, voir les films au second degré, chercher à déceler ce qui permet une lecture inédite d'un classique ou le sauvetage d'une production oubliée, c'est aussi exprimer une sensibilité personnelle, dans le cadre d'une incitation généralisée à l'expression de soi (Mondoux 2011).

Finalement, Thomas Elsaesser (2005a) repère trois mouvements au sein de la cinéphilie de deuxième génération qui se développe ces dernières années (sans toutefois remplacer la première) : le *re-mastering*, le *re-purposing*, le *re-framing*. Nous avons vu le premier avec le détournement des images pour les rendre à nouveau significatives. Les deux suivants renvoient respectivement : à l'inclusion de ces images dans des nouveaux paquets qui ficellent les films avec leurs différents paratextes et lectures critiques¹¹⁰, enfin, à la nécessité de naviguer parmi plusieurs fenêtres de diffusion. Le dernier élément évoqué par Elsaesser émerge de la disponibilité toujours grandissante de films présents sur différentes plateformes, selon des modalités temporelles plurielles (dans un horaire fixe ou modulable, avec des possibilités d'interruptions ou non). On voit ici comment ces pratiques constituent le contexte entourant le développement des catalogues de vidéo par abonnement. Très attentifs à l'évolution des formes connectées de la cinéphilie, les catalogues qui nous intéressent entretiennent une relation forte avec celle-ci. Parce qu'ils mettent légalement à disposition des classiques et des œuvres adressées à des publics bien ciblés, ils sont fréquemment salués par ces milieux. Ils ne sauraient néanmoins

¹¹⁰ C'est le cas des éditions en coffret DVD des classiques du cinéma.

constituer des lieux emblématiques du tournant numérique de la cinéphilie¹¹¹. Ce dernier renvoie davantage à l'émergence de forums de discussion généraux (Allard 2000) ou spécialisés, aux déclinaisons en ligne de magazines cinéphiles¹¹², aux revues diffusées sur le web uniquement¹¹³ et aux blogs tenus par des figures tutélaires du milieu¹¹⁴. Les catalogues de notre corpus référencent certains des contenus ainsi produits¹¹⁵, suivent les tendances émergentes et adaptent leur communication afin de donner une teinte cinéophile à l'offre de visionnement et de bien souligner ce qui les distingue des autres formes d'accès aux films. Il s'agit pour eux de se démarquer parmi la multitude (en expansion constante) d'offres vidéo proposées à partir de différents supports ou de magasins en ligne. La description présentée par Casetti en 2011 de la page principale du site web de Blockbuster, une entreprise spécialisée dans la location de films, est à ce titre illustrative (Casetti 2011). Réparties dans les différents encadrés de la page, de multiples manières de consommer les films sont offertes. Il y a les sorties en salle, les films à louer, ou encore, à acheter. À l'époque où le théoricien d'origine italienne écrit son article, les longs métrages sont proposés sur plusieurs supports, du DVD au Blu-ray en passant par le téléchargement direct à la demande¹¹⁶. Face à cette profusion, Casetti constate la réduction du cinéma à un catalogue de film auxquels le consommateur peut avoir accès. Elsaesser s'interroge pour sa part sur la nécessité de développer de nouvelles compétences. D'une habilité nouvelle à naviguer parmi la multiplicité du flot d'œuvres passées et présentes va

¹¹¹ On verra que leur place au sein de ce mouvement varie pour chacun d'entre eux.

¹¹² Dans le monde francophone et parmi les titres qui développent leur offre sur le web, on peut nommer *24 images*, *Séquences*, *So Film*.

¹¹³ *Hors champs*, *Panorama-cinéma* ou *Critikat*.

¹¹⁴ On pense à David Bordwell, Kristin Thompson, David Hudson, Girish Shambu, etc.

¹¹⁵ Le travail de synthèse effectué par David Hudson pour Mubi, puis pour Fandor et ensuite Criterion. Nous y reviendrons.

¹¹⁶ Pour une actualisation de cette constatation, on peut renvoyer aux nombreuses sites web indexées par les métacatalogues (www.justwatch.com, ouvoir.ca, vod.cnc.fr). Au-delà de quelques services incontournables (Apple, Google, Netflix), la recherche de titres fait émerger une constellation de petits acteurs (le phénomène est particulièrement marqué dans le cas du moteur de référencement développé en France par le Centre national du cinéma et de l'image animée).

découler, selon lui, la possibilité de continuer à jouir du cinéma.

L'exploration de la cinéphilie en tant que part communicationnelle de l'expérience cinéma nous a permis de relever quelques caractéristiques manifestes du partage de la jouissance des films. A l'image du groupe formé autour de la cinémathèque française, des communautés d'interprétation travaillent à créer les conditions propices au visionnement et développent leurs propres codes de lecture. Cela passe notamment par l'écriture (dans des magazines spécialisés, sur des forums et autres plateformes web) et l'acquisition d'une « expertise culturelle », c'est-à-dire la capacité de partager l'expérience vécue avec d'autres membres du groupe et au-delà. L'une des voies principales empruntées par la cinéphilie repose sur le fait de déclarer sa passion pour un film-culte ou une petite sélection d'œuvres. À travers l'acquisition des copies et la recherche des paratextes, les collections se constituent en anthologies personnelles, dont la constitution contribue à former une expertise source de distinction. Au cours de multiples visionnements et par la recherche de nouvelles interprétations émerge une esthétique proprement cinéphile. Celle-ci vise la défamiliarisation du regard par les outils de l'analyse filmique classique, tout aussi bien que par des stratégies de détournement et de déconstruction des goûts dominants. Parmi la profusion des modes de visionnement offerts aux cinéphiles, les catalogues de vidéo par abonnement entrent en dialogue avec les différents aspects évoqués jusqu'ici. Si les publics de fans « participent activement à la circulation sociale du sens » (Bourdaa 2012 : 237)¹¹⁷, ce qui explique leur inclusion dans la mise en marché des productions *mainstream*, ils sont également sollicités par l'intermédiaire d'une pluralité de médias, des *systèmes de communication* qui travaillent, chacun à leur manière, à former et à entretenir des communautés autour de leur offre culturelle (Jancovich 2002). Les catalogues cinéphiles tentent, dans ce contexte, de tirer leur épingle du jeu. La plupart

¹¹⁷ Mélanie Bourdaa réfère ici aux travaux de John Fiske par l'intermédiaire de l'étude des fans de productions télévisuelles menée par Jostein Gripsrud (2002, 114).

des études récentes s'accordent sur le fait que l'Internet favorise aujourd'hui la « construction sociale de l'expérience artistique qui résulte du passage incessant de l'individuel (l'émotion personnelle) au collectif (l'émotion partagée) du sentiment de plaisir à son exploration collective »¹¹⁸. Les services de vidéo par abonnement constituent un lieu privilégié pour l'étude de ce passage entre l'individuel et le collectif. Cela est dû en partie au fait qu'ils permettent de tester différentes articulations de ce dernier. L'un des points sur lesquels tout cela se joue renvoie à l'activité critique des services. Comment les paratextes critiques qu'ils produisent s'inspirent, prolongent ou récupèrent les formes de la cinéphilie en ligne.

Distinguer la critique de la cinéphilie revient, sans doute, à opérer une scission un peu artificielle entre ce que l'on peut voir comme deux composantes du mode de partage de l'expérience cinéma. L'une et l'autre sont interdépendantes. L'auteur d'un billet sur tel ou tel film est contraint de posséder une connaissance minimale du courant cinématographique ou de la filmographie dans lesquels l'œuvre s'inscrit. Un tel savoir lui viendra fort probablement d'une consommation cinéphile du cinéma. Une remarque formulée par Dudley Andrew (2010) nous porte néanmoins à considérer la manière spécifique avec laquelle la critique aborde les films. Elle est motivée avant tout par une volonté de comprendre les films, et en particulier les films de fiction. Théoriciens et critiques ont produit :

[...] often complex, ingenious, and passionate arguments and positions. They have produced a way of thinking, have cultivated an instinct of looking and listening. Even if much of what has been written could be discarded without real loss, this discourse – this drive to understand the workings of the fiction film – is precious (xvii).

Ce type de discours, qui a toujours accompagné le cinéma, tente de cerner son

¹¹⁸ Jullier et Leveratto (2010a, [s.p.]) citent l'ouvrage de Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini. 2008. *Internet et la sociabilité littéraire*, Paris : BPI, 2008, p. 40.

fonctionnement par la production d'*idées* sur son essence à partir du visionnement des films eux-mêmes. Cela passe, pour évoquer seulement quelques exemples, par le repérage de genre à défendre ou de choix esthétiques à questionner. Dans la conception d'Andrew, ces *idées de cinéma* ne sont pas cantonnées à la critique. Elles traversent les différentes étapes de la vie des films.

By idea, I mean an overriding conception that can be felt at every level of the film phenomenon. The decisions made by producers always have some tacit conception at their base; usually this coincides with what audiences understand their experience to be, or what it should be (xxiv).

La critique permet de mettre en lumière les lignes de force sur lesquels s'articule la production cinématographique, de déconstruire les représentations qui, de la production à la réception, assurent la bonne marche de l'expérience cinéma. Antoine de Baecque (2001) file le même lien lorsqu'il décrit le passage naturel des *jeunes turcs* à la réalisation : « car être critique, c'est déjà faire des films ; être critique, c'est construire une représentation du monde où la volonté et la pratique du cinéaste sont déjà là ». (6). Si l'action de la critique croise celle de la cinéphilie, elle se dote donc d'une finalité additionnelle. Il s'agit de dégager une ou des visions du monde capables de réunir le film, ses auteurs et ses spectateurs. Ce travail de contextualisation du film a souvent visé l'idéologie dominante, son passage dans l'œuvre ou la marque qu'elle laisse (malgré tout) sur les productions d'apparence contestataire. La conceptualisation du rôle joué par la critique sur ce plan doit beaucoup aux travaux des revues françaises de cinéma dans les années 1960 et 1970. Influencés par les théories de l'École de Francfort et, plus généralement, par les thèses marxistes, certains rédacteurs d'alors s'attèlent à situer le cinéma au sein des rapports de force et des idéologies de l'heure. Serge Daney (2001 [1974]) fait de ce travail l'une des finalités de la critique. « [D]ans un long texte courant sur quatre numéros des *cahiers*, [il définit] en 1974 la 'fonction critique' : critiquer c'est comprendre les films, mais surtout la manière dont le monde qu'ils expriment

s'emboîte dans le monde qui les entoure (De Baecque 2001, 7)¹¹⁹ ».

Une petite confusion autour d'un texte écrit par Jean-Louis Comolli et Jean Narboni pour les *Cahiers du cinéma* en 1969 peut venir éclairer ce que l'on entend ici par le travail critique, tout en explicitant encore davantage les liens de réciprocity et d'échanges entre la critique et la cinéphilie. Mark Jancovich, dans son article *Cult Fictions: Cult Movies, Subcultural Capital and the Production of Cultural Distinctions* (2002) réfère à une traduction en anglais de l'article des deux auteurs des *Cahiers* parue dans *Screen* en 1971. Selon lui, un passage du texte fournit les clés de lecture nécessaire à la célébration de films inscrits dans la forme esthétique dominante, mais à l'apparence plutôt absurde et affreuse. Les mauvais films peuvent ainsi être lu dans une remise en question de l'idéologie dominante. Il s'agit de relever leur incapacité à appliquer les codes esthétiques classiques. L'idéologie transparait donc derrière leur piètre facture.

Instead of appearing natural, transparent and obvious, the ideology is made manifest and visible, either because it is presented too baldly or because the film fails to smooth over its contradictions.

Jancovich poursuit son idée :

It is through this kind of critical framework that cult fans can appreciate the likes of *The Phenix City Story* or *Reefer Madness*. They are not praised for their inherent artistry, but rather for either their remarkable lack of artistry or their bald, contradictory or even hypocritical, ideological positions (317).

Si l'on se penche sur l'article dans sa version originale en français, Comolli et Narboni semblent pourtant développer un argument légèrement différent. Classifiant

¹¹⁹ Nous reviendrons sur les textes qu'il consacre à cette *fonction* à la fin de la section *Les paratextes et la cinéphilie en ligne*.

les films selon leur rapport à l'idéologie dominante, ils désignent un groupe d'œuvres, apparemment dans la ligne idéologique (au niveau de la mise en image), mais qui contiennent des décalages, une subtile mise en jeu de la capacité de figuration du cinéma :

l'idéologie n'étant pas transposée telle quelle des intentions de l'auteur dans le film [...], mais rencontrant des obstacles, devant dévier, tourner court, se voyant exhibée, montrée, dénoncée par la trame filmique où elle est prise et qui *joue contre elle* [...] (14).

Pour Jean-Louis Comolli et Jean Narboni, la critique doit se charger de repérer ce travail du film contre lui-même. Elle permet de saisir, « au-delà de l'apparente cohérence formelle du film, ses décalages, ses failles, failles qu'un film anodin est incapable de provoquer » (14). Comolli et Narboni traitent donc de productions où

la mise en jeu par le film d'un certain nombre de mécanismes de la figuration [en vient] à produire ces effets de décalage et de rupture, cassant non l'idéologie qui préside au film (bien sûr), mais son reflet dans le film, l'image qu'elle se donne d'elle-même (films de Ford, Dreyer, Rossellini par exemple) (14).

La référence aux trois réalisateurs finit de creuser l'écart. Jancovich cite, pour sa part, des exemples de très mauvais films portés au titre d'objets culte (notamment *The Phenix City Story*, Phil Karlson (1955) et *Reefer Madness*, Louis J. Gasnier (1936)¹²⁰. Un peu de flou se glisse donc parmi les objets de l'argumentaire, ainsi que sur les formes de lecture esthétique proposée, l'une d'elles attentive aux accros et aux excès marquant certaines réalisations, l'autre sensible au travail de déplacement contre-hégémonique déjà présent (bien que caché) dans la mise en image. Cette confusion apparaît néanmoins fructueuse. D'une part, la critique aujourd'hui semble tout à fait

¹²⁰ La traduction très libre de l'article en anglais pour la revue *Screen* sur laquelle se base Jancovich joue, sans doute, un rôle dans la manière dont l'auteur convoque le texte. Dans le passage concerné, la traduction occulte d'ailleurs complètement l'évocation du travail de la critique.

apte et encline à explorer l'une et l'autre de ces deux avenues. D'autre part, le rapprochement effectué par Jancovich entre les propos des théoriciens des Cahiers et les lectures *cultistes* s'inscrit bien dans la direction générale de son propos. Les sphères critiques, académiques et celles touchant aux pratiques des fans ne doivent pas être pensées en opposition, mais bien comme des vases communicants, marqués par des passages et des emprunts divers.

Au fil du temps, la critique a contribué à former différentes conceptions à propos de la forme que devraient prendre les films, des *idées de cinéma* multiples, mais toutes afférentes à l'institution cinéma. Cela passe notamment par un tissu de relation avec les autres arts et entre les communautés.

Car être critique consiste désormais, de diverses façons, à faire passer les films : vers les lecteurs, vers les autres films, vers la communauté des cinéphiles, vers les idées venues des autres arts, vers les métaphores du monde... (De Baecque 2001, 8).

Tout cela, sans oublier la « fonction de médiation marchande » (Jullier et Leveratto 2010a, 91) de la critique et son lien avec le journalisme au sein de la presse écrite et de la télévision. La place et le rôle de la critique, au sens de l'activité professionnelle menée par des journalistes, des écrivains, mais aussi des personnes produisant de courts essais-vidéo sur les films font débat¹²¹, entre constat d'une diminution de l'espace qui leur est accordé et observation d'un renouvellement continu de ses formes d'expression. Tout en gardant à l'esprit cet important élément de contexte, nous nous concentrerons sur l'exploration de la critique comme composante du discours cinéphile (Lyon-Caen 2014). Le fait d'identifier au sein de ce dernier des

¹²¹ Pour la critique cinématographique sous forme d'essais-vidéo, voir notamment les montages de Zoom-out.ca ou ceux de Karim Debbache pour la chaîne de diffusion en continu Chroma.

explorations de nouvelles voies de compréhension et d'appropriation des films, des clés de lecture qui peuvent se prolonger en *idée de cinéma*, viendra nourrir notre étude des paratextes offerts par les catalogues.

2.2.3 Par la mémoire

En dernier lieu, le cinéma peut aussi être défini par le fait que les films entrent en résonance avec la mémoire du spectateur. Jullier et Leveratto font remonter l'essence du film culte aux années 1930, donc au-delà de l'émergence du *art cinéma* aux États-Unis telle que décrite par Jancovich. Face à la difficulté de revoir les films après leur passage en salle, les commentateurs de l'époque et les premiers historiens sont contraints de faire appel à leur propre mémoire de la projection. Les histoires du cinéma écrites durant cette période sont donc narrées à partir de la mémoire personnelle de leurs auteurs. Jullier et Leveratto inscrivent ce mode de partage de l'expérience, par la mémoire et l'écriture, dans une « conduite d'enchantement du passé », un terme qu'ils empruntent à Christophe Gauthier et qui décrit à leur avis une composante de la cinéphilie que l'on retrouve dans différentes périodes de l'histoire du cinéma. Dans les cas des pratiques de *fan*,

[c]ette conduite d'enchantement, contrôlée consciemment, résulte du plaisir procuré par la conversation entre amoureux du cinéma et du désir de contribuer à l'entretien de ce plaisir collectif en le préservant de son appropriation par des experts, professionnels ou savants (86).

Avec le développement des réseaux cinéphiles informels, une telle convocation du passé se teinte d'une personnalisation du jugement, autorisée et valorisée au sein des cercles de *fan*. L'éloge d'un film culte peut ainsi passer par son lien avec l'histoire personnelle de l'internaute ou parce qu'il révèle l'érudition (ou la prescience) de cette dernière en faisant référence à « l'état présent du cinéma ». Un film ancien qui anticiperait, par exemple, les valeurs esthétiques actuelles et mériterait donc qu'on s'y

attarde. La mémoire de la spectatrice forme ainsi l'une des bases du jugement cinéophile. Loin de fonctionner en vase clos, cette forme de remémoration opère plusieurs emprunts au collectif. Elle repose sur des repères culturels (noms des stars, mouvements artistiques, genres) et puise dans un réservoir d'idées et de clés de lecture. Plus indirectement, Jullier et Leveratto (2010a) évoquent également l'usage politique du cinéma dans le but de faire perdurer la mémoire d'un événement ou d'une cause. Si l'on prend un peu de recul, on peut observer la pluralité des instances de convocation de la mémoire cinéophile.

Contemporary cinephilia, like its classic predecessor, relates the present to the past, but memory is no longer exclusively cherished in private thought, face-to-face discussions and writings in books and magazines. It is cultivated by consumers, producers, and academics on multiple media channels: audiences flock to festivals, rent videos in specialty stores and buy, download, or swap films on the internet; corporations repurpose (old) films as (instant) classics for the booming DVD market; and film scholars help to frame unclassified archival material that is presented at film festivals, in film museums, and at archives (Valck et Hagener 2005, 22)¹²².

On peut imaginer que sur chaque point de cette constellation, la cinéphilie est activée par la rencontre entre la mémoire des films propre à chacun et une expertise partagée collectivement¹²³. Nous avons déjà abordé différentes modalités d'agencements cinéophiles de l'individuel et du collectif. Ici, il s'agit plutôt d'explorer la mémoire comme point nodal du rapport qu'entretient l'expérience cinéma avec le temps. On

¹²² Ici encore, l'affirmation de Marijke de Valck et Malte Hagener verse sans doute dans une vision excessivement dichotomique de la situation. À l'exception des activités menées sur les réseaux numériques (achat et échanges des films), les autres éléments cités, quand bien même ils ont le mérite de dresser un état des lieux, ne sont pas exclusifs à la période contemporaine. Durant une grande part de son histoire, le cinéma s'est vu exposé dans des festivals, restauré pour être présenté dans des cinémathèques et des cercles universitaires, ou encore mis en circulation au sein de réseaux de projections amateurs ou familiales.

¹²³ L'étude de ces deux pôles de la mémoire cinéophile, individuel et collectif, dépasse le cadre de la présente recherche. Elle devrait tenir compte de leur interdépendance comme nous l'enseignent les travaux récents menés, dans le sillage des théories de Maurice Halbwachs, au sein des *memory studies* (Lavabre 2000; Gensburger 2016).

passé donc de la composante collective à celle attachée à la temporalité de l'expérience, tout en gardant à l'esprit que cette évocation du rôle de la mémoire au cinéma doit nous permettre de mieux saisir les conditions de perpétuation (dans la mutation) du cinéma.

Plusieurs auteurs, dont Andrew et Aumont, relèvent la faculté propre au cinéma d'évoquer l'expérience du quotidien. Parfois, les cinéastes agencent les images pour donner cette impression de correspondance entre ce qui est projeté devant le spectateur et son quotidien. Pour en comprendre le fonctionnement, il est nécessaire d'effectuer un bref détour par une conceptualisation de l'expérience esthétique. Dans son livre *La vie esthétique* (2013), Laurent Jenny fait de la rencontre avec l'œuvre d'art un mélange entre l'expérience de celle-ci et la somme du vécu de celui ou celle qui la regarde. Jean-Marie Schaeffer (2013), dans son compte rendu de ce livre, commente :

Lorsque [Jenny] écrit qu'il se donne comme objectif de parler « non pas exactement de notre relation aux œuvres d'art, mais plutôt des traces de ces œuvres qui habitent notre vie mentale et qui affectent notre vision, notre perception et notre intelligibilité du monde » (15), il ne dit pas autre chose. En effet, notre relation aux œuvres d'art ne peut s'accomplir que là, dans « ces traces des œuvres qui habitent notre vie mentale » (Schaeffer 2013, 1010).

L'expérience esthétique tient donc d'un battement entre la rencontre fortuite du réel et les traces laissées par des œuvres marquantes. Cette conceptualisation nous semble s'appliquer également à l'expérience des films par la spectatrice. La possibilité de ce battement met par ailleurs en jeu des éléments propres à la saturation de l'expérience que nous évoquions précédemment. Au milieu des liens et des renvois constamment proposés par la consommation contemporaine des médias, la spectatrice doit aussi pouvoir laisser place à la remémoration, tisser ses propres liens entre les œuvres et le souvenir laissé par leur visionnement.

À d'autres occasions, c'est avec sa propre histoire que le cinéma entre en résonnance. Bellour rappelle une phrase formulée par Serge Daney à la fin des années 1980 : « le cinéma, seul »¹²⁴. Alors que le cinéma n'est plus l'unique moyen de montrer des images en mouvement, Daney souhaite cerner ce que le cinéma devrait poursuivre à lui seul. Pour ce faire, il interroge le moment où le cinéma occupait encore cette place et revendiquait sa nature d'art spécifique.

« Le cinéma, seul » correspondrait [...] à ce moment, dominé par le régime des studios américains, mais propre à d'autres grands cinémas nationaux, pendant lequel l'alliance de l'image et du son, dans ses trois dimensions de dialogue, de bruits et de musique, produit le phénomène d'un « réalisme », entièrement nouveau, irréductible à rien d'autre avant lui, et que ne parasite pas encore cet autre dispositif en cela si proche qu'est la télévision (Bellour 2012, 22).

Selon Bellour, lorsque la critique et la théorie française se déploient autour du groupe de cinéphiles liés à la Cinémathèque française, l'insistance sur l'unicité du cinéma découle en partie d'une réaction à la lente perte de son hégémonie sur les images en mouvement. Plusieurs de nos auteurs s'accordent pour désigner la période des années 1950 et 1960 comme l'une des plus riches en termes de production de discours sur le cinéma. Et pourtant, c'est aussi le moment de l'avènement de la diffusion télévisuelle, une manière différente de consommer les images et les sons.

À cette réflexivité historique du cinéma s'ajoute le fait que son histoire est intimement liée à celles de ses commentateurs. Jacques Aumont, Dudley Andrew et Raymond Bellour font tous référence à leurs premières expériences de cinéma. Leur définition de ce qu'est le cinéma contient donc un aspect personnel, un lien avec leur propre mémoire de cette expérience. Les confessions de ces trois auteurs sont intéressantes à plusieurs titres. Tout d'abord, au niveau de l'argumentation, elles leur

¹²⁴ Serge Daney. 1993. *L'Exercice a été profitable, Monsieur*, Paris : P.O.L, 1993, p. 157.

permettent (Aumont le reconnaît) de faire l'économie d'une critique. En situant d'emblée leur position de cinéphile, ils évitent qu'on puisse leur reprocher une trop grande proximité avec leur sujet. Critique infondée, puisque c'est depuis l'intérieur de la cinéphilie, en ayant ressenti les effets de la projection, qu'on parvient le mieux, à leur avis, à décrire ceux-ci. Ensuite, ces descriptions de souvenir de cinéma permettent de préciser comment le cinéma convoque une mémoire qu'il lui est propre. Cette mémoire est à la fois liée aux films anciens ou récents, à sa propre histoire en tant que forme médiatique, et donc conséquemment à l'impression laissée par celle-ci dans les souvenirs du spectateur.

On l'a vu, tous nos auteurs placent la mise en jeu de la mémoire et du corps du spectateur au centre du dispositif cinéma. Cela pose la question de la persistance d'une *idée de cinéma*. Si le fonctionnement de la projection passe par la réactivation de souvenirs à propos d'autres projections, la baisse de la fréquentation des salles pourrait induire, presque mécaniquement, un oubli graduel. Bellour évoque à ce titre la mélancolie de Daney, celui-ci affirmant : « les générations à venir découvriront le cinéma *avec sa perte* »¹²⁵. Bellour constate cependant, sur une note plus positive, que, sous certaines conditions, l'expérience du cinéma peut toujours être réactualisée.

La notion de mémoire est aussi centrale chez Elsaesser. Il la décrit comme constitutive de toute cinéphilie, celle de première génération comme la seconde¹²⁶.

At the forefront of cinephilia, of whatever form, I want to argue, is a crisis of memory: filmic memory in the first instance, but our very idea of memory in the modern sense, as recall mediated by technologies of recording, storage, and retrieval. The impossibility of experience in the present, and the need to always be conscious of several temporalities,

¹²⁵ Serge Daney. 1991. *Devant la recrudescence des vols de sacs à main : cinéma, télévision, information*, Lyon : Aléas, p. 11 cité dans Bellour 2012 p. 25.

¹²⁶ Voir la section du même nom de la présente thèse.

which I claimed is fundamental to cinephilia, has become a generalized cultural condition (40).

Outre cette prise en compte d'une multitude de temporalités, le passage d'un type de cinéphilie à l'autre marque l'accroissement de la médiation de notre *expérience du présent*. Par voie de conséquence, notre mémoire est de plus en plus convoyée par les médias¹²⁷. Il en va de même pour celle liée au cinéma. Daniel Herbert souligne ainsi l'importance de la constitution et la circulation de bibliothèques de films sur vidéogramme, dont le club vidéo a été longtemps le symbole. Il lie les pratiques associées à l'emprunt de vidéo, parfois sous les conseils d'un vendeur avisé, à la constitution de la culture filmique aux États-Unis. On pourrait avancer alors que le DVD, les échanges et la constitution de catalogue qu'il permet jouent le rôle d'une mémoire, en partie technique, capable de contenir une part du patrimoine cinéma et d'assurer sa circulation. Straw (2007) affirme notamment : « [...] the video store has nourished the first-run cinema by ensuring that the background knowledges that new film require as the basis of their intelligibility are perpetually accessible. » (5). Considérant le rôle du DVD (et de la télévision pourrait-on ajouter) dans la construction de ce socle d'intelligibilité pour les titres futurs, il va nous falloir, d'une part, conceptualiser l'influence de ses *mémoires techniques* (Stiegler 1996), afin d'appréhender le rôle joué par les catalogues cinéphiles dans le prolongement éventuel de la fonction ainsi consentie au support DVD. Il s'agira, d'autre part, de considérer l'influence de ces changements de support, faisant nôtre la prémisse relativement intuitive qui lie toujours la substitution de ceux-ci à des modifications du dispositif de visionnement. Afin d'envisager les effets de cette substitution sur la mémoire du cinéma hors du cinéma – si l'on ose la formule, il faut considérer les nouveaux liens et les changements induits par les conditions de visionnement de la

¹²⁷ Le constat dépasse d'ailleurs le seul champ du cinéma, voir le livre de José van Dijck *Mediated Memories in the Digital Age* (2007)

vidéo en ligne, d'un côté, et celles associées, de l'autre, à la projection en salle (ou plus précisément, à la projection en salle déjà complétée par la vidéo domestique). Ici, la manière avec laquelle Casetti (2012) aborde le visionnement des films en ligne semble pertinente. L'auteur isole trois éléments impliqués de manière caractéristique lors de la séance de cinéma : l'habitude, l'imagination et la mémoire. Il précise :

I must add that they are not a pre-established and stable 'canon'. They began to spring up in the very moment that cinema appeared; They have re-adjusted and re-defined themselves according to the paths the cinema has embarked upon [...] (Casetti 2012, [s.p.]).

Ces trois aspects ont toujours été présents, mais leur articulation est dynamique. Elle se reconfigure selon la période traversée par le cinéma. À partir de cette première idée, Casetti affirme que le cinéma vit aujourd'hui une *relocalisation*. Observant le passage de ses contenus sur les médias numériques, il décrit une continuité dans le changement. Dans son article intitulé *Cinema Lost and Found: Trajectories of Relocation* (2011), Casetti rappelle d'abord la multiplication des écrans capables de donner à voir les films : les télévisions LCD, les moniteurs d'ordinateur, les écrans des téléphones mobiles, les panneaux de façade. Il nomme ensuite les différentes sources depuis lesquels les films peuvent être diffusés. Il s'agit de la diffusion télévisuelle, du DVD, des clés USB et, enfin, de l'Internet. Cette prolifération des supports et des sources induit une séparation en deux de l'expérience cinéma. Alors que le cinéma a toujours été à la fois un film (ce qui était vu) et la manière de le voir (le dispositif de projection). La migration des films sur de nouvelles plateformes induit un schisme, donnant lieu à deux types de situations. L'une, où l'on regarde des films en étant contraint de recréer au mieux un environnement adapté (visionner un film sur un ordinateur portable dans le train, par exemple) et, l'autre, où l'on se trouve dans un environnement, conçu pour ressembler à la salle de cinéma (cinéma maison), mais dans lequel on peut choisir le genre de contenu que l'on souhaite regarder. Cette séparation pose différents problèmes relativement à l'expérience

cinéma.

[...] we are losing the linearity and progressiveness of viewing, we are losing the boundaries between film and other types of product, and we are losing the pleasure of searching for the film in the place where it is being screened. [W]ith relocation, a traditionally unitary experience has been split in two. The cinema has been both something to watch, and a way of watching something (Casetti 2012, [s.p.]).

Casetti reconnaît que le profond réagencement de son régime de vision (*profound rearticulation of a viewing regime*) semble mettre en danger le cinéma. Selon lui, c'est pourtant par sa *relocalisation* que le cinéma assurera sa survie, ceci selon deux conditions. Si le film vu en DVD est, en premier lieu, considéré comme le fragment d'un tout, qu'il renvoie à sa vie en salle, et, si l'environnement formé par le cinéma maison copie la salle pour en devenir le substitut, cette expérience nouvelle des films peut alors se donner comme une réactualisation de celle vécue en salle. La *relocalisation* permettrait donc de remettre en jeu l'expérience cinéma par le lien référentiel fort qu'elle entretient avec cette dernière.

Afin de soutenir son propos, Casetti use d'une analogie avec le lien entre image et réalité développé par Bazin. Pour celui-ci, le réel est prolongé dans l'image par le fait que cette dernière *relocalise* le monde. Lorsque l'on regarde des films sur un cinéma maison, en ayant conscience que notre visionnement se donne comme un fragment de l'expérience cinéma, le processus de *relocalisation* de celui-ci est similaire. Il y a donc continuité malgré les variations du dispositif. Cette pérennité du cinéma dépend de la possibilité de reconnaître l'authenticité de l'expérience malgré les changements¹²⁸. Il s'agit donc davantage d'un ressenti et de la mémoire de l'expérience cinéma que de la mesure des correspondances entre deux manières de

¹²⁸ Voir notre explication de l'utilisation de la notion d'*authenticité* telle que Casetti la reprend à Benjamin, à la section *Composante temporelle de l'expérience*.

voir les films. Les efforts des catalogues cinéphiles peuvent se lire à l'aune de cette conceptualisation. On verra notamment comment leurs discours, en voulant placer leur offre de visionnement dans le prolongement du cinéma, s'inscrivent dans la volonté de mettre en jeu une mémoire de l'expérience cinéma.

Nous proposons de voir les différents points évoqués jusqu'ici comme un ensemble de représentations et de discours qui font du cinéma, non seulement un média de mémoire, c'est-à-dire dont le fonctionnement repose sur des allers-retours entre son histoire, la mémoire de ses spectateurs et une réserve d'intelligibilité matérialisée par des collections de films en circulation, mais surtout une technique du regard, une manière de donner à voir qui tient ensemble des éléments de plusieurs natures. Prenons, par exemple, le cas de la « conduite d'enchantement du passé » dont nous avons évoqué l'emprunt par Jullier et Leveratto (2010a) à Christophe Gauthier. La notion renvoie à une pratique qui, depuis un état spécifique du dispositif (la projection avec faible chance de répétition), perdure malgré et peut-être à cause des changements dans les technologies mises en œuvre par les mutations de l'expérience cinéma. Avant de passer à la conceptualisation de ce dispositif, la manière avec laquelle l'on se propose de tenir ensemble les éléments de la (re)définition du cinéma énuméré jusqu'à présent, relevons encore la centralité de l'action mémorielle parmi ces différents aspects. Sur les catalogues cinéphiles en ligne, l'apparente rupture de continuité avec les paramètres de la projection cinéma classique (en salle commerciale ou dans les festivals) donne une prégnance nouvelle aux efforts de renvoi vers un passé cinéphile d'ailleurs partiellement rêvé.

2.3 Le dispositif du regard cinéma en ligne

Nous avons abordé quelques-unes des caractéristiques principales de l'expérience cinéma telle qu'elles nous sont inspirées par les composantes de l'expérience chez

Benjamin. Ces éléments ne sauraient constituer un état présent du cinéma. D'une part, comme on l'a vu, certains se donnent dans la diachronie, soit parce qu'ils renvoient explicitement (c'est-à-dire de manière revendiquée par les cinéphiles) ou implicitement à des pratiques et des représentations du passé, soit parce qu'ils décrivent des mutations récentes ou en cours de la distribution cinéma. D'autre part, cette énumération concentre certains traits caractéristiques de la consommation des longs métrages, sans rendre compte des disparités et du poids relatif des éléments évoqués. C'est particulièrement le cas pour les aspects de la cinéphilie qui ne concernent qu'une partie modeste des audiences. La section qui suit mobilise donc le concept de *dispositif* dans un double objectif : réunir les éléments évoqués dans un même ensemble, que nous appelons *expérience cinéma*, et tenir compte de leur valeur plus heuristique que descriptive, comme nous venons de le voir. Suivant la programmation développée par François Albera et Maria Tortajada (2011), il s'agit d'utiliser la faculté d'évocation théorique de la notion de *dispositif* pour faire ressortir les lignes de force manifestes de l'*expérience cinéma*. Ayant toujours en tête notre approche en deux temps, l'un de définition, l'autre d'observation des mutations, cette première étape nous donnera ensuite l'occasion de mesurer les efforts déployés par les catalogues, en quelque sorte sur chacune de ces lignes, pour expérimenter autour de l'actualisation sur le web de cette *expérience* et travailler à sa perpétuation. Ainsi problématisées, une série restreinte de caractéristiques, chacune abordée dans un chapitre spécifique de notre développement, donnera forme à ce que nous nous proposons de nommer le *regard cinéma en ligne*, ceci afin de tenir compte de ce qui précède.

Avant d'aborder en détail la proposition d'Albera et Tortajada, voyons comment elle s'inscrit dans un mouvement théorique plus large de conceptualisation des dispositifs, pensés dans le but d'interroger les différents systèmes de vision et d'audition du cinéma aujourd'hui et tout au long de son histoire.

2.3.1 Conceptualiser le passage au numérique grâce à la notion de dispositif

Les changements induits par le passage au numérique, tant au moment de la production, de la distribution que lors de la réception des œuvres ont soulevé le débat quant à la capacité du cinéma de conserver ses prérogatives. Parmi les travaux théoriques publiés, l'attention des chercheurs s'est, un temps, portée sur des réflexions de nature ontologique. Il s'agissait de décrire le changement paradigmatique provoqué par la généralisation des images numériques. Selon Jean-Louis Déotte (2007), ce type d'images ne contient plus la trace d'un « Déjà vu », au sens de Benjamin. Sans ce rapport au monde vécu, elles jouissent d'une plasticité sans entraves. D'ailleurs, le numérique emmagasine indifféremment les images, les sons et les mots. Sur un autre plan, Tim Lenoir (2004), dans sa préface au livre de Mark B. Hansen intitulé *New Philosophy for New Media*, souligne qu'au-delà de cette capacité de stockage multimodal, au sein du monde computationnel, tout est chiffre et n'importe quelle image peut être générée sur la base d'un processus mathématique. Jonathan Crary (1992), quant à lui, affirmait, déjà en 1992, que le traitement numérique des images pouvait se faire sans référence à un observateur humain situé dans le monde vécu. En effet, si les ordinateurs sont capables de générer et de s'échanger des images, l'humain pourrait potentiellement être retiré de l'équation¹²⁹. Empruntant une autre approche, mais parvenant à la même conclusion, Wolfgang Ernst (2013) rappelle la mise en garde de Friedrich Kittler contre le risque de voir les médias analogiques (le film, par exemple) se faire avaler par l'Internet. Tant sur le plan de la création des images que sur celui décrivant une telle migration des supports, ce qui se joue concerne la place de l'humain, dans notre cas, celle occupée par la spectatrice. La crainte liée à l'avènement des images dites *automatiques*, qui seraient libérées du passage par une lecture ou une intervention humaine, illustre la

¹²⁹ Hansen (2004) se positionne à l'encontre de cette idée. Il réaffirme, au contraire, la centralité du corps humain dans la production du sens (et donc par là, dans la création et la circulation des images) et souligne la capacité du numérique à mettre en lumière cet état de fait.

nécessité de saisir les changements de nature de l'image cinématographique dans leur inscription au sein des représentations de l'heure. Kessler (2009) démontre, par exemple, que le passage de la pellicule photosensible à la grille de pixels induit certes un autre rapport à ce qui est capté, mais celui-ci doit se lire en tenant compte de sa réception par l'audience. On peut concevoir que le public ne relève pas la différence, ou choisisse de passer outre, d'où la nécessité de tenir compte de la réception de ces images de nature différente, ou plus précisément de considérer les conséquences de ces changements, non pas en termes absolus, mais relativement à leur contexte de production, de circulation et de consommation. Dans le cas de catalogues cinéphiles, ceux-ci s'adressent bien sûr à des humains, mais ils s'appuient sur des copies des films entièrement numérisées et accordent, comme nous le verrons, une grande place à la machine (dans le traitement, la navigation et l'affichage des titres). Afin d'étudier l'offre de *regard cinéma en ligne* proposée par les services cinéphiles, il faudra donc considérer les implications de la numérisation des œuvres et de leur mise en ligne à l'aune des représentations associées aux mutations récentes du cinéma. Comment, par exemple, les catalogues négocient et présentent sous un jour favorable la place accordée aux processus mécaniques propres à l'univers numérique. À une vision ontologique de la technique cinéma s'ajoute donc une vision pragmatique et historicisée de celle-ci.

Afin de conceptualiser ensemble les éléments de l'expérience cinéma évoqués jusqu'à présent et d'observer leur réarticulation lors de l'actualisation sur le web du visionnement des longs métrages cinématographiques, il va nous falloir inventer un concept, nommons-le dès à présent, *regard cinéma*, qui puisse à la fois regrouper ses éléments, rendre compte des relations qui les lient entre eux et mettre en lumière la modification partielle de ces rapports. Ce concept prend la forme et les attributs d'un dispositif, selon la caractérisation récente proposée par une série de théoriciens des études cinématographiques. Nous allons y arriver dans un instant. Reprenons pour

commencer le fil de notre réflexion à propos de la nature et de l'usage des images numériques. On se déplace maintenant du côté des enjeux de conservation et de diffusion des films d'archives, une thématique qui touche évidemment de près la problématique liée à la numérisation du cinéma. Leonardo Quaresima (2014) s'interroge à propos de la création de copies numériques des films conservés sur pellicule par les institutions muséales et les cinémathèques. Selon lui, loin de constituer de simples traductions ou des *doubles dangereux*, les copies numériques ouvrent « une nouvelle histoire » par la *multiplication des formes* et des *transcodages* qu'elles permettent ainsi que par une *intensification des rapports avec les usagers*. Prolongeant les travaux de Gérard Génette sur l'œuvre d'art (1994), il nous enjoint à les penser comme des *modes de transcendance*, des manifestations partielles d'un type spécifique d'œuvres : les films. Ainsi, notre attention devrait désormais se porter sur la manière avec laquelle ces *transcendances* renvoient à l'objet historique conservé dans les archives et sur la nature de cette relation. On retrouve bien l'idée de ne pas considérer les changements de support pour eux-mêmes, mais dans la relation que les films (et ici leurs versions numériques) entretiennent avec les usagers¹³⁰. La prise en compte de ce type de relation peut être généralisée au-delà des enjeux archivistiques. On la retrouve dans la théorisation des changements médiatiques avancés par Frank Kessler (2009).

Media change, I would argue, manifests itself rather in the way new media dispositifs emerge. Considering media as the interrelation between the different affordances of a material technology, the positions it provides for the viewer or the user, and the textual forms it produces may help to understand media change differently, to be precise as reconfigurations of such dispositifs, keeping intact some of its aspects and modifying or even completely reshaping others (194).

¹³⁰ Cela explique également pourquoi nous préférons désigner les titres offerts au visionnement de *versions numériques* des films, et non *copies* de ceux-ci, afin de souligner le rapport complexe que ces versions entretiennent avec les films conservés sur pellicule, comme d'ailleurs avec leurs versions sur master numérique.

Outre le fait que cette vision de l'émergence correspond à celle que nous inspirait la conception foucauldienne de l'histoire¹³¹, c'est-à-dire une réarticulation des forces en présence, l'affirmation de Kessler nous amène à considérer la notion de *dispositif*. L'usage du terme remonte aux travaux de Jean-Louis Baudry, dans les années 1970 et sa description du fonctionnement idéologique de l'*appareil de base* du cinéma¹³². Le terme trouve un intérêt renouvelé chez plusieurs chercheurs au cours des années 2000. Il nourrit leurs réflexions autour de la place de la technique dans la théorisation du cinéma et l'exploration de son histoire¹³³. À la lecture du livre de Benoît Turquety *Inventer le cinéma* (2014), on comprend que ces travaux s'inscrivent dans une plus large *épistémologie des machines*. L'auteur écrit :

Il faut un certain imaginaire et un certain cadre conceptuel dans lesquels [la] machine prend place et trouve la fonction que l'on désire lui assigner. Ce cadre est structuré par une constellation de notions combinées selon une configuration singulière, dont les inventeurs, ingénieurs, usagers, etc. n'auront pas systématiquement conscience, car elle n'est pas toujours formulée et explicitée. [...] L'épistémologie des machines visera donc à formuler au moins partiellement cette « structure conceptuelle implicite », et ainsi, à partir de chaque objet technique individuel, à reconstruire le cadre épistémologique qui fut, à ce moment, celui de la machine et du « cinéma » (24).

¹³¹ Cf. la section *Notion d'émergence et considérations historiographiques* de notre problématique.

¹³² Le courant de pensée qui en découle, attaché à une conception marxiste et influencé par la psychanalyse, est généralement désigné en anglais par le vocable *Apparatus Theory*. Pour une histoire des débats et des reformulations autour du déterminisme et des processus de subjectivité associés au terme *apparatus* au sein des études cinématographiques anglophones, voir l'article « Pulling Apart the Apparatus » (Straw 2011).

¹³³ Deux grands colloques marquent la reprise de la notion au sein des études cinématographiques, « Dispositifs de vision et d'audition : épistémologie et bilan » (Lausanne, 2008) et « Impact des innovations technologiques sur l'historiographie et la théorie du cinéma » (Montréal, 2011). Notre exploration du concept de dispositif emprunte aux textes produits pour ou dans le sillage de ces deux événements.

Turquety s'appuie ici sur une déjà longue tradition de recherches attachée à reconstruire le cadre conceptuel et imaginaire de l'émergence du cinéma¹³⁴. Les recherches sur les premiers temps du cinéma prennent de l'ampleur à la suite du symposium de Brighton en 1978. Elles profitent des perspectives ouvertes par les travaux des études critiques en cinéma, dont notamment les travaux de Jean-Louis Comolli (2009) attachés à démontrer le lien entre technique cinématographique et idéologie. La période précédant l'avènement du cinéma institutionnel dans les années 1910 est considérée et les recherches décrivent le destin de nombreuses attractions visuelles. Ces dernières forment des *séries culturelles* qui vont entre autres croiser et nourrir la route du cinématographe (Gaudreault 2008). Au lieu d'essayer d'isoler celles dont le cinéma pourrait être redevable, les recherches tentent de reconstruire les systèmes de représentation de la fin du 19^e siècle. Elles visent notamment à inscrire les pratiques de projection et de visionnement dans des systèmes de représentation aux caractéristiques identifiables¹³⁵. Frank Kessler (2004) met en lumière les apports de la tradition de recherche sur le cinéma des premiers temps dans l'historicisation du concept de dispositif (le cinéma des attractions peut être conçu comme un dispositif autre)¹³⁶. Il souligne l'utilité de la notion pour étudier l'histoire du cinéma, tout autant que ses mutations contemporaines.

For me, this is the immense power of the concept of *dispositif*: it can help us better understand the wide range of possibilities we have today when we want to watch moving images, and a historical pragmatics can help us

¹³⁴ Will Straw (2011) constate ce lien entre les études post-Brighton et les conceptions du dispositif. Il reprend à William Uricchio l'idée que les recherches sur les premiers temps du cinéma ont favorisé une compréhension large de la notion de dispositif. Le concept rassemble alors, au-delà de son sens strict (le dispositif de la projection), l'imagination d'une époque et la formation d'un public.

¹³⁵ On pense en particulier aux recherches de Vanessa Schwartz (1999) à propos des attractions spectaculaires du 19^e siècle, ceux d'Erkki Huhtamo (2013) à propos des *moving panorama*, ou encore l'étude des imaginaires de la projection, toujours au 19^e, par François Albera (2012).

¹³⁶ À propos de l'utilisation du concept pour étudier l'*épistémè* du cinéma des premiers temps (Albera et Tortajada 2004).

to frame these and to analyze them in view of the communicative processes they bring into play (Kessler, Chateau, et Moure 2016, 271).

Dans une visée programmatique, François Albera et Maria Tortajada (2011) proposent de repenser l'histoire des techniques du cinéma à partir de la notion de *dispositif*, entendu dans leur perspective « comme un *objet méthodologiquement construit* qui permet l'interrogation conceptuelle d'une réalité effective aussi bien que discursive » (26). Ils le décrivent selon plusieurs couches successives qui vont de l'articulation des rouages et des différentes composantes d'une caméra ou d'un projecteur à l'inscription de ces outils dans le cadre conceptuel qui marque leur émergence et leur fonctionnement au quotidien. On distingue donc les *dispositifs internes* (les lentilles, la pellicule, etc.), l'assemblage de ces différentes parties dans un appareil, le fonctionnement de celui-ci en situation, c'est-à-dire en lien avec une spectatrice, la prise en compte des présupposés idéologiques induits par la posture de cette dernière devant les images (selon les travaux de l'« Apparatus Theory ») et deux autres niveaux qu'Albera et Tortajada décrivent en s'inspirant des écrits de Michel Foucault et Gaston Bachelard. Nous allons maintenant décrire chacune de ces deux dernières couches de conceptualisation. Du côté de la pensée foucauldienne, Albera et Tortajada rappellent tout d'abord les différentes acceptions du terme *dispositif* évoquées par le philosophe. Celui-ci renvoie d'abord à la réorganisation de l'espace induite par un dispositif de vision et d'audition (à la manière de l'organisation panoptique de l'espace disciplinaire de la prison). Les deux auteurs nomment cette réorganisation *dispositif-épistémè* pour bien la distinguer du dispositif de vision lui-même (le panoptique). Ces *dispositifs-épistémè*, participe de l'*épistémè*, notion décrite cette fois dans *L'archéologie du savoir* et que l'on sait correspondre à un système général de formulation et de transformation des *énoncés*, c'est-à-dire l'ensemble de l'*archive* d'une époque donnée dans le vocabulaire du philosophe (Foucault 2008, 107 et suivantes). Puis, dans un second temps, la notion de *dispositif* va permettre à Foucault de décrire des formes de *subjectivation* par le recours à une

technique de soi. Ces apports théoriques vont amener les deux historiens du cinéma précités à souhaiter tisser des liens entre l'histoire technique du cinéma et l'histoire générale. En cela, ils suivent la voie ouverte par l'*École des Annales* et sont influencés par les propositions théoriques des philosophes de la technique, tels que Gilbert Simondon ou Jacques Ellul¹³⁷. Albera et Tortajada proposent donc une formulation du dispositif qui permet d'articuler plusieurs niveaux de sens, entre le spectateur et son milieu, entre la machine et ses différents appareils, entre les institutions et ce qui les traverse et les encadrent (la prison et la discipline, par exemple). Voyons finalement l'apport de la dernière contribution théorique mobilisée par Albera et Tortajada. Avec Gaston Bachelard, ils appellent tout d'abord à déployer une *pragmatique des discours* qui favorise la prise en compte du contexte de production et d'expérimentation d'un terme. Ces derniers forment les « conditions de possibilité des concepts », ce qui motive leur élaboration pour décrire une situation, un processus, ce qui assure la perpétuation de leur sens dans le temps. À ce propos, on peut du reste envisager notre recherche comme l'étude des *conditions de possibilité* du cinéma en ligne, ceci à partir d'une marge qui renvoie néanmoins à la possibilité, ou, disons, à l'exploration d'un cinéma entièrement converti au numérique, c'est-à-dire dans lequel les logiques machiniques du numérique occupent une place centrale.

Albera et Tortajada, toujours inspiré par Bachelard, vont ensuite travailler à replacer le dispositif dans la pratique.

Relire Foucault à partir de Bachelard permet de souligner l'ancrage du concept dans la pratique. Autant dire que le « discursif » foucaldien, compris comme le domaine du savoir, n'a de sens que compte tenu de la

¹³⁷ Nous verrons que les travaux du premier forment l'arrière-plan théorique de la plupart des recherches que nous convoquerons dans l'élaboration de notre conceptualisation du *milieu numérique* et des logiques machiniques à l'œuvre sur le web.

visée des utilisateurs des concepts, des processus d'application des notions. Cette visée n'est pas tant à chercher du côté de la subjectivité de la parole - bien que Bachelard parle « d'intention » - que du côté d'une pragmatique des discours qui se définit de manière croisée à partir du contexte institutionnel qui permet ces discours, du projet scientifique, technique, artistique, etc., qui les cadre, des caractéristiques de la pratique ou de l'expérimentation qu'ils présentent, des présupposés idéologiques qui les sous-tendent (36).

Cette posture pragmatique explique le fait qu'ils appellent à rapprocher les concepts de *dispositif-épistémè* et d'*épistémè*. Selon eux, les deux termes sont liés par un ensemble de relations (que l'on peut retracer principalement par l'étude des sources historiques).

Faire d'un *faisceau de relations* la caractéristique de l'objet à construire, c'est la deuxième leçon de Foucault : justement pas un réservoir inerte d'éléments autonomes, mais un réseau dynamique qui se transforme par l'ajout ou la disparition d'un de ses éléments, aussi bien que par la disposition relationnelle dans laquelle les éléments interviennent (31).

Le *dispositif* désigne alors l'outil théorique nécessaire à la saisie de ces relations, de leur émergence et de leur réarticulation au cours du temps. Se trouvent ainsi précisés les différents termes de l'équation évoqués par Kessler (les possibilités offertes par la technologie médiatique, la place accordée à la spectatrice, la forme du texte produit), leur articulation dans des systèmes enchâssés (des mécanismes aux discours leur donnant sens) et la nature des relations entre ces niveaux de compréhension.

L'ouvrage de Livio Belloï, intitulé *Le regard retourné : aspects du cinéma des premiers temps* (2001), même s'il n'emprunte pas directement l'approche épistémologique proposée par Albera et Tortajada, fournit une bonne illustration de cette manière de conceptualiser le cinéma dans son histoire. À travers les archives Lumière, Belloï cherche à comprendre dans quelle *configuration* s'inscrivent les vues prises par les opérateurs engagés par les frères Lumière. Il s'appuie sur des films et

des témoignages conservés dans les archives pour reconstruire les modalités et les contingences de la prise de vue et de la projection à l'époque. En particulier, il s'intéresse aux regards échangés entre ceux qui sont filmés, celui qui les filme et ceux qui, finalement, visionnent la séquence. À partir des sources de l'époque, il construit le concept de *regard retourné*, pour, à l'aide du contexte de production et de réception des vues Lumières, souligner dans quel cadre se donne l'utilisation et le succès du cinématographe. Le *système* mis en place par les frères Lumière transforme les badauds capturés par leurs opérateurs en de potentiels spectateurs pour le cinématographe. Le regard du spectateur se trouve, en quelque sorte, retourné sur lui-même. Le badaud-spectateur devient objet d'attention. Cela explique en partie d'ailleurs l'attrait ressenti par ce dernier pour les images projetées.

Dans le cas de cet exemple comme en ce qui concerne la proposition théorique d'Albera et Tortajada, l'ensemble des éléments à considérer, très vaste, renvoie aux considérations techniques et artistiques, aux imaginaires et aux pratiques qui correspondent au dispositif. Cela dépasse nos préoccupations et surtout ce qu'il est possible d'appréhender à partir de l'observation de l'offre de visionnement des catalogues cinéphiles de visionnement. Des nouvelles théorisations du dispositif cinématographique, il s'agit plutôt, pour nous, de retenir deux points. En premier lieu, nous ferons usage de cette manière de prendre en compte le contexte entourant les changements techniques dans la diffusion du cinéma¹³⁸. En second lieu, nous reprendrons la structure de cette schématisation pour décrire l'articulation des différents éléments repérés dans la récente (re)définition du cinéma. En effet, Albera et Tortajada déduisent de leur exploration épistémologique trois niveaux conceptuels au sein du *faisceau de relations* qu'ils décrivent. Le premier renvoie aux éléments techniques, aux discours, aux formes et aux pratiques entourant le cinéma. Ceux-ci

¹³⁸ Nous serons aidés dans cette tâche par la notion de milieu, voir la section *Le milieu de la communication, un fil conducteur pour conceptualiser l'influence du numérique*.

produisent une série de *notions abstraites associées*. Les deux auteurs citent notamment la décomposition et la synthèse du mouvement, longtemps une prérogative de la mise en mouvement des photogrammes à l'intérieur de la caméra / du projecteur. Plus directement lié à notre étude, nous pouvons rappeler la notion de « regard tenu dans le temps » de Jacques Aumont ou celle de cinéphilie, cette dernière étant entendue ici comme un ensemble de relations qui permettent de concevoir (élaborer et reconnaître) et d'entretenir une manière de regarder. Nous allons donc voir comment à partir de ces notions abstraites, des changements qui les affectent (au niveau des éléments concrets qui leur sont associés, mais aussi dans la manière de les décrire, de les concevoir), on peut observer la réarticulation de leur mise en relation et donc les effets éventuels du passage sur le web du visionnement. Tout ceci évidemment à partir de la position occupée par l'offre des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement. Nous avons déjà souligné la situation privilégiée de ce point de vue sur les mutations récentes du cinéma dans notre problématique. À partir des propositions techniques et formelles de ces services, des pratiques qu'ils encouragent et auxquelles ils répondent, mais aussi des communications qu'ils adressent à leurs abonnés, on peut observer des changements dans les relations entre les termes de l'expérience cinéma, des mutations engendrant des déplacements et des réarticulations des *notions abstraites* que sont, le *regard tenu dans le temps*, la cinéphilie, la critique et la mémoire. Ces changements découlent du nouveau contexte de visionnement, un *milieu* numérique, chargé de représentations et de contraintes, qui exerce une pression externe sur les catalogues et la forme de *regard cinéma* qu'ils proposent. Il s'agit finalement de mettre à profit le dernier niveau de regroupement proposé par Albera et Tortajada, les *notions-clés* ou *types*. Celles-ci permettent d'évoquer succinctement l'entièreté du dispositif à un moment de son histoire. À la lumière de ce qui précède, on peut concevoir notre recherche comme l'exploration des *conditions de possibilité* du *regard cinéma en ligne* par l'étude des prototypes proposés par les catalogues cinéphiles.

Dans notre lecture, le passage d'un certain nombre d'éléments propres à *l'expérience cinéma* sur le web, condition de la réussite de la *relocalisation* du cinéma sur les catalogues, peut s'observer à l'aide de la formulation d'un construit théorique, une notion-clé pour reprendre le dernier palier de regroupement tout juste évoqué. Nous choisissons d'appeler celle-ci, le *regard cinéma en ligne*, souhaitant désigner par-là l'articulation du dispositif cinématographique à laquelle elle fait référence. Il est toutefois nécessaire de donner deux inflexions à la notion de *dispositif* telle qu'elle est avancée par Albera et Tortajada. La première ouvre davantage la schématisation proposée à l'agentivité du spectateur. Francesco Casetti (2015, 67-98), qui commente et critique les travaux des deux historiens, constate la préséance accordée à la machine sur son utilisatrice. Selon lui, les deux auteurs restent encore trop attachés aux théories du dispositif formulées dans les années 1970. Celles-ci tendent à subordonner les différentes composantes du cinéma à une logique et à une détermination imposée par la machine. Il choisit plutôt les *agencements* de Deleuze et Guattari¹³⁹ pour décrire « a collection of heterogeneous elements (some of which derive from other dispositives, and many of which are permutable), which coalesce based on circumstance » (69). Ces agencements, cohérents et solides, sans toutefois être complètement verrouillés, configurent « [...] an ensemble of moving images and sounds, offered for our consumption, in a given place, and in response to a series of individual, cultural, and anthropological needs » (83).

Le comportement et les pratiques des spectateurs font partie des éléments préservant la cohérence de l'ensemble.

These practices include, for instance, the retooling of technology in order to produce unforeseen effects, such as a new kind of cinematography or a new kind of sound; marginal forms of film production and distribution,

¹³⁹ Gilles Deleuze et Félix Guattari. *Mille plateaux : capitalisme et schizophrénie 2*. Paris : Éditions de Minuit, 1980.

including the ones promoted by hackers; remakes put together by fans [...] (88).

Les actes de *profanation*¹⁴⁰, lorsque les films sont par exemple tournés en dérision, ou de *réenchantement*, lorsque l'action vise à améliorer l'efficacité de l'*agencement* pour correspondre au désir du spectateur, sont complémentaires. Ensemble, ils répondent aux mutations de la consommation des films et permettent au cinéma d'assimiler de nouveaux éléments sans perdre son identité. Rappelons brièvement le mécanisme décrit par Casetti. Le fait de reconnaître la présence du cinéma au sein d'expériences limites engendre en retour un déplacement des paramètres de ce dernier. Ce déplacement débouche sur une nouvelle phase du cinéma, qui s'adapte ainsi à un contexte médiatique en perpétuel changement. Au cours du processus de reconnaissance, une série de nouvelles expériences, situées aux confins de la *galaxie* cinéma, sont assimilées. Elles passent d'un éventuel «au-delà du cinéma» (*beyond-cinema*) à une (ré)incorporation dans les prérogatives de ce média (*back-to-cinema*). Reconnaître ces expériences limites induit, en retour, une modification de notre manière de concevoir le cinéma, qui débouche sur une nouvelle phase du phénomène, lequel s'adapte ainsi à son contexte en se relocalisant partiellement. Une mutation du cinéma qui, rappelle l'auteur, s'inscrit dans une longue série de modulations des éléments techniques et des représentations le constituant. Selon Casetti, par cette adaptation, le cinéma assure la survie (dans la mutation) d'une manière de voir qu'il lui est propre. Par exemple, l'individualisation du visionnement engendré par la vidéo domestique (DVD et vidéo à la demande) et, plus récemment, par l'accroissement (taille de l'écran et nombre) des appareils mobiles se trouve, si l'on suit la pensée de Casetti, compensée par les échanges en ligne et la création d'une *audience*

¹⁴⁰ Casetti emprunte la notion à Giorgio Agamben, afin de prendre en compte le fait que ces pratiques émergent de l'intérieur même du système et le célèbrent, de manière parfois détournée, en jouant de ses limites. Pour les propos originaux du philosophe italien à propos du religieux, du profane et de leur séparation dans le jeu, voir Giorgio Agamben (2005).

*imaginaire*¹⁴¹.

Bien que les théories de Deleuze et Guattari forment l'arrière-plan théorique de certains des apports conceptuels que nous convoquons ici, c'est le cas en particulier pour les théories matérialistes de la culture en ligne que nous allons aborder dans quelques instants, il ne semble pas nécessaire de substituer la notion de *dispositif* par celle d'*agencement*. D'une part, le dispositif, tel que théorisé par Albera et Totajada, semble pouvoir lui-même inclure les stratégies divergentes des acteurs qui le composent. L'historicité de la notion permet, en effet, la prise en compte, par exemple, des différents mouvements cinéphiles, formés et développés au cours du temps. D'autre part, il nous faut garder en tête que notre visée diffère légèrement de celle poursuivie par Casetti. Celui-ci fonde la *relocalisation* du cinéma sur la capacité, en quelque sorte individuelle, de la spectatrice à recréer l'expérience cinéma quand bien même celle-ci se donnerait dans la dissemblance. Notre approche cherche plutôt à observer la capacité des catalogues cinéphiles à produire les conditions propices à ce prolongement du cinéma dans le changement. On verra que ce qui change dans notre cas, c'est la prise en compte de la matérialité du web, ce qui résiste justement contre cette actualisation du cinéma et qui doit être envisagé comme une série d'éléments contraignants. D'où la nécessité d'une schématisation théorique qui conserve une certaine rigidité, c'est-à-dire qui permet de concevoir la capacité d'agir des spectateurs au sein de son contexte : un ensemble d'acteurs, de poids économiques très inégaux, liés par des protocoles et des imaginaires.

La seconde inflexion concerne la portée du concept de *dispositif*. Élaboré pour penser le rôle de la technique à chaque étape de la vie des films, celui-ci embrasse l'entièreté

¹⁴¹ Ce passage reprend et adapte un paragraphe de notre compte rendu du livre que Francesco Casetti publie en 2015, *The Lumière Galaxy*, voir *La galaxie cinéma : migration et retour à la salle* (Bonnard 2016).

du cinéma. Avec Matteo Treleani (2014)¹⁴², qui propose une sémiotique de l'organisation visuelle des contenus accompagnant la diffusion des archives en ligne, nous pouvons circonscrire la notion de *dispositif* aux éléments mis en jeu par le visionnement des films depuis les catalogues cinéphiles. Treleani évoque les travaux de Foucault et Agamben pour aborder les processus de remédiation (changement de médium), *relocalisation* (au sens général donné par Casetti, mais en insistant sur le changement de lieu de diffusion du film) et remontage (inclusion des images dans un autre document) des images d'archives. Ces réactualisations du document de base se donnent au sein de ce qu'il nomme des *dispositifs de recontextualisation*, afin de souligner les rapports de pouvoir qui s'exercent en leur sein. D'ailleurs, selon Treleani, le site web (qui reprend les images d'archives) assigne une place et un rôle à la spectatrice. Il oriente sa lecture du film. Nous reviendrons plus en détail sur ce point. Ici, on se contentera de retenir et d'adopter cette focalisation du *dispositif* sur la présentation des versions numériques des films au sein des sites web de vidéo par abonnement. Cet usage de la notion n'empêche pas la prise en compte d'autres aspects du cinéma, par exemple des éléments marquants de la production du film, une technique de réalisation particulière ou la présence d'un acteur connu, d'autant plus si ceux-ci sont mentionnés dans les paratextes comme incitatifs au visionnement du film. On concentrera néanmoins notre attention sur le *faisceau de relations* propre à la mise en ligne, c'est-à-dire le réseau de forces qui s'exercent sur la distribution web des versions numériques des films.

2.3.2 Les variantes de l'expérience cinéma : cinéma élargi et exposé

Afin de conclure cette section à propos de l'*expérience cinéma*, prenons maintenant un peu de recul et voyons dans quel ensemble l'on pourrait situer le *regard cinéma en*

¹⁴² Treleani étudie la présentation sur le web des films archivés par l'Institut National de l'Audiovisuel (INA en France).

ligne qui nous intéresse. L'expérience des films sur le web peut, en effet, être mise en série avec deux autres variantes de l'expérience cinéma ; le cinéma *élargi* et le cinéma d'exposition. Elles se situent toutes deux au sein ce que certains auteurs décrivent comme une expansion des prérogatives du cinéma. Ces deux variations et le courant théorique auquel elles se rattachent, et c'est peut-être là ce qui irrite le plus les tenants d'une définition stricte du cinéma, ne remettent pas en question son importance. Raymond Bellour (2012) souligne les postures que le chercheur peut adopter face à la prolifération des images en mouvement produites en dehors de l'institution cinéma et à ses marges. À la question, peut-on encore parler de cinéma ? On peut répondre de deux manières. Pour la première, Bellour nomme les travaux de Jacques Aumont qui cherche à décrire tout ce qui est propre au cinéma. La seconde possibilité renvoie, quant à elle, à une posture inverse : toutes les variations à partir du cinéma sont, elles aussi, du cinéma. C'est la voie du « Oui, c'est du cinéma. », expression qui reprend le titre d'un livre collectif¹⁴³ explicitant cette idée. Nous avons vu précédemment que ces deux voies ne représentent pas, à nos yeux, un choix théorique nécessitant de choisir son camp, mais plutôt deux moments de la pensée des mutations du cinéma, l'un de définition, l'autre d'observation de ses ramifications et autres *relocalisations* contemporaines. Dans un cas comme dans l'autre, les enseignements tirés des recherches théoriques et empiriques menées jusqu'ici vont pouvoir éclairer certains aspects de notre étude.

Dans la lignée des travaux de Gene Youngblood et, en particulier de son livre *Expanded Cinema* (2020 [1970]), Philippe Dubois (2009) décrit la prolifération du cinéma en quelque sorte hors du cadre de son dispositif classique. Il choisit d'inclure en son sein des productions audiovisuelles *hors « la Loi » et déréglées*, mais qui réfèrent malgré tout à l'institution cinéma. Au contraire, Aumont (2012) appelle à

¹⁴³ *Oui, c'est du cinéma / Yes, It's Cinema. Formes et espaces de l'image en mouvement / Forms and Spaces of the Moving Image* (Bordina, Dubois, et Ramos Monteiro 2009).

créer un autre vocable pour désigner ce corpus de nouvelles images. Faute d'avoir trouvé le terme adéquat, il parle d'« usages sociaux divers d'images en mouvement » (59). On comprend qu'il souhaite ainsi resserrer ce que recoupe la notion de cinéma, en séparant clairement ce qui en est de ce qui n'en est pas.

L'enjeu central réside ici dans la distinction nécessaire entre le cinéma, et l'influence de celui-ci sur la production des images en mouvement aujourd'hui. La perspective historique apportée par Gaudreault et Marion permet de souligner la place du cinéma et son influence.

[...] ce que le cinéma propose depuis plus de cent ans, c'est un modèle de communication médiatique basé sur l'image en mouvement et sur la culture audiovisuelle, un modèle qui était destiné à marquer profondément le siècle dernier de son empreinte (22).

Selon Gaudreault et Marion, il s'agit d'un cas typique de la transformation d'un appareil de prise de vue en *configuration médiatique*. Ils appellent donc à une archéologie et une généalogie du cinéma pour une meilleure compréhension des médias contemporains, ceux-ci possédant fort probablement des aspects liés à cette institution.

La nature de cette relation est cependant à considérer avec précaution. Il faut éviter les lectures téléologiques qui placent les médias numériques dans la succession logique du cinéma ou de la télévision. Au-delà de celles-ci, la critique qu'adresse Mark B.N. Hansen (2004) à Lev Manovich révèle un autre biais possible. Manovich aurait tendance, selon Hansen, à analyser le fonctionnement des nouveaux médias en restant prisonnier de la perspective des études cinématographiques. Si l'on en croit Manovich, dans son livre *The languages of New Media* (2001), les *nouveaux médias* prolongent le fonctionnement du cinéma, en particulier en mettant en tension la forme de la base de données avec celle de la narration. De l'avis d'Hansen, cela conduit

Manovich à un paradoxe. Il situe historiquement et techniquement le cinéma et en même temps constate que son influence devient plus forte par l'intermédiaire des nouveaux médias. En analysant les productions audiovisuelles par le tropisme du cinéma, Hansen met en garde contre le risque d'en conclure que les médias nés de la généralisation des outils informatiques ne font que déployer autrement ce que le cinéma faisait déjà. Par exemple, il réfute le fait que l'écran d'ordinateur, interface entre l'humain et la machine, puisse jouer le même rôle que le cadre dans l'institution cinéma.

Hansen souligne l'ontologie spécifique de l'image numérique. Il critique, en outre, le manque de considération de Manovich pour les différentes phases du cinéma. En considérant à la fois les premiers temps¹⁴⁴ du cinéma et le transfert de l'écran de la salle à celui de l'ordinateur, on peut saisir :

[...] how much difference the transfer of the cinematic from the dark, illusionist space of the movie theater to the bright, layered "small window on a computer screen" actually makes, and beyond that, how this difference can be deployed as the basis for an entirely different regime of visual experience, one that recurs to and expands the central function played by the body, not in lending reality to a virtual, representational space, but in actually creating the image within itself (38).

Il est intéressant de relever la formulation précise d'Hansen. Il ne prétend pas que le cinéma ne puisse pas provoquer d'expérience visuelle, ou que celle provoquée par les images numériques n'ait rien en commun avec celle-ci. Il affirme que l'analyse des caractéristiques spécifiques de l'image numérique permet d'interroger et de mettre en lumière autrement notre rapport aux images, en dehors de ce qui avait déjà été étudié à l'intérieur du paradigme cinéma. Cette nécessité, pour pouvoir créer de nouveaux schémas de compréhension de notre perception, de bien décrire deux expériences

¹⁴⁴ Hansen décrit cette phase du cinéma comme manuelle et tactile, du fait notamment de la nécessité pour les opérateurs d'actionner le cinématographe à la main.

visuelles différentes nous apparaîent inscrite dans une direction que partagent Aumont et Bellour. Ces derniers concentrent, par contre, leur attention sur le cinéma. Ils prônent une définition stricte de celui-ci, le plaçant à part des autres types de production et de consommation des images en mouvement, pour mieux analyser ce qui en lui-même se transforme, les mutations de son dispositif par exemple.

Un autre débat théorique tourne autour du rapport entre le cinéma et le musée. Les vidéos exposés dans les galeries, qu'elles soient des extraits des œuvres normalement projetés dans les cinémas ou des séquences d'images en mouvement référents au cinéma, appartiennent-elles à celui-ci ? Pour Aumont et Bellour, la réponse est négative. Leur argumentation tourne autour de la manière avec laquelle on peut faire l'expérience de ces images exposées. En particulier, le visiteur de ces expositions vit le temps différemment s'il se trouve au musée ou devant une projection cinématographique.

Aumont et Bellour réagissent notamment au concept de *cinéma d'exposition* avancé par Jean-Claude Royoux (1997). Selon ce dernier, le cinéma formerait une mémoire et une archive capable d'alimenter une nouvelle forme de *cinéma après le cinéma*, incarnée par l'art contemporain. Luc Vancheri (2010) prolonge cette idée en proposant de distinguer deux formes de cinéma : l'un conservatoire, l'autre migratoire. Le premier recouperait le dispositif, les pratiques, les œuvres traditionnellement associées à l'institution cinéma. Le second, départi des ancrages du premier, consisterait en une *image de la pensée* dont l'installation serait le *mode artistique* et le cinéma, au prix de la modification de son dispositif, le support (Bellour 2012).

Bellour souligne que cette vision tend à focaliser l'attention sur la production cinématographique d'avant-garde et expérimentale, qu'il nomme *EXAG*, en

minimisant le rôle du cinéma documentaire et de fiction. Par là, tout ce qui relève du *partage d'une expérience du monde*, composante importante de l'attrait qu'exercent de nombreuses œuvres cinématographiques, se trouve minimiser. Bellour dénonce aussi le fait de contraindre le cinéma à adopter l'art contemporain comme destinée, ceci afin que lui soit redonné une aura soi-disant perdue (Bellour 2012).

Dominique Païni (2002), ancien directeur de la cinémathèque française et commissaire d'exposition, propose une autre version de la rencontre entre cinéma et musée. Celle-ci mélange cinéphilie et réponse à un *appel des cimaises*, dans les termes de Bellour. *L'exposition de cinéma* profite des évolutions dans les techniques d'exposition et de changements au sein du cinéma lui-même. Premièrement, l'utilisation des DVD permet de faire tourner en boucle des extraits ou des films entiers. Deuxièmement, Bellour relève le succès acquis, notamment dans le cinéma contemporain, par une esthétique de la contemplation, elle-même reproductible au musée. Il nomme néanmoins deux complications, la nécessité de s'arrêter devant l'œuvre pour en ressentir les effets et l'absence de contraintes temporelles. Dans *l'écotope de la galerie*¹⁴⁵, l'expérience de l'œuvre est différente de celle à laquelle est conviée la spectatrice assise dans une salle de cinéma (Bellour 2012). Finalement, il est aujourd'hui presque banal de voir des cinéastes participer à des projets d'installation. Manovich (2001) décrit les installations du cinéaste Peter Greenaway comme exemple de la tension qu'il souhaite analyser entre la forme de la base de données et celle de la narration. Avec le projet intitulé *The Stairs, Munich, Projection* (1995), Greenaway éparpille dans la ville de Munich plusieurs écrans représentant chacun (par un chiffre allant de 1895 à 1995) une année de la vie du cinéma. L'installation force les visiteurs à se promener d'un écran à l'autre, créant ainsi leurs propres narrations. Bellour désigne les expérimentations des cinéastes avec la forme

¹⁴⁵ La formule est de Jacques Aumont (2012).

de l'exposition comme le troisième aspect concourant au rapprochement qui nous préoccupe.

Avec la mise en valeur du passage du cinéma au musée, Bellour craint néanmoins l'installation d'une mémoire du cinéma en dehors de lui-même.

Cela revient à concevoir, par-delà la mission de conservation et de programmation qui a été jusque-là essentiellement celle des cinémathèques, une cinémathèque-musée où non seulement le cinéma à travers ses objets, mais les films en eux-mêmes se trouvent, de façon multiple et diverse, installés. Mais cette exposition voulant se donner comme celle de leur être le plus intime se trouve aller par principe à rebours du temps selon lequel affects et idées se composent, au cinéma, dans le défilement du film même (29-30).

À cela s'ajoute, toujours selon Bellour, la fragmentation des films présentés sous forme d'extraits. Cette vision limitée des films pourrait à terme les réduire à une série de séquences emblématiques, celles-ci remplaçant peu à peu l'expérience du film au cinéma. Bellour distingue cet usage du fragment de celui pratiqué par l'analyse filmique qui, elle, pousserait plutôt à aller voir les films.

2.3.3 Le regard cinéma, une forme particulière de médiation

Parmi les variantes évoquées jusqu'ici, le *regard cinéma en ligne* permet d'appréhender les enjeux entourant la *relocalisation* du cinéma sur les catalogues cinéphiles. Il pointe en direction des changements induits par le milieu du web sur les aspects manifestes de l'expérience cinéma. Pourquoi parler dans ce cas d'un regard, et non pas d'un volet de l'expérience, d'une série de caractéristiques ? Il nous faut travailler à concevoir l'offre de visionnement des catalogues cinéphiles, comme une « médiation de médiation » (Froger 2007) au sens donné par les études intermédiales. Nous y arriverons au profit d'encore quelques précisions. En guise de synthèse pour cette section, voyons en quoi le terme regard, lorsqu'il est évoqué au sein des études

cinématographiques, peut renvoyer à la posture spectatorielle tout autant qu'à la médiation favorisée par le dispositif cinéma. Il apparaît ici judicieux de partir du *regard tenu dans le temps* décrit par Aumont et de l'action de livrer son corps entier à la contemplation des images. Laurence Allard (2000) citant les propos de Daniel Dayan¹⁴⁶ fait de ce regard une posture chargée de responsabilité : « en payant sa place, le spectateur s'approprie non seulement un siège, mais un regard ; regard dont l'identité le constitue pendant la durée d'un film, le dote d'un rôle, d'une contenance, d'un emploi » (48). Mais lorsque Jullier et Leveratto (2010a) évoquent la tendance de la cinéphilie moderne à la « rationalisation du regard », dans une individualisation du visionnement et une « spectacularisation de la conduite cinéphile », on comprend que ces caractéristiques dépassent la simple manière d'être devant les films, comme nous l'avons déjà souligné dans les sections précédentes. Elles visent à encourager la spectatrice à emprunter un type de regard particulier sur les images projetées. Si ce dernier peut préparer à la complexité, à appréhender l'hermétisme relatif de certaines œuvres, il doit surtout permettre d'ouvrir la rencontre esthétique proposée par le cinéma. Cela nous ramène à la possibilité de changer de points de vue, de se mettre à l'écoute de différentes temporalités, comme nous l'enseignent les travaux de Benjamin.

Plusieurs auteurs se sont interrogés sur l'histoire de la posture spectatorielle du cinéma et de la fonction du type de regard qu'elle produit. La philosophe Marie-Josée Mondzain en explore les origines dans son livre *Homo spectator* (2007). Selon elle, il a fallu que l'humain s'appuie contre le monde, littéralement sur les murs de cavernes préhistoriques, pour qu'il puisse se représenter, depuis une position située hors de lui. À partir de ce moment, « devant le spectacle du monde, il devra vivre dans la tension ininterrompue qui fait de lui l'objet de la vision et le sujet d'un regard à partir de ce

¹⁴⁶ Daniel Dayan.1983. *Western Graffiti. Jeux d'images et programmation du spectateur dans La chevauchée fantastique de John Ford*. Paris : Clancier-Guenaud.

monde même. » (40) Ayant en tête cette condition duale de l'*homo spectator*, il est difficile de ne pas repenser au badaud-spectateur des vues Lumière, à la fois l'un des personnages portés à l'écran et le spectateur de cette mise en image. Le cinématographe actualise la tension décrite par Mondzain, sur un mode qui lui est propre. En cela, il contribue à former et façonne une sensibilité (visuelle et sonore) partagée à une époque donnée. Cette sensibilité peut correspondre, littéralement, à la forme d'un regard porté sur le monde. Anne Friedberg (1993) inscrit ainsi les premiers temps du cinéma dans un contexte marqué par les machines de vision du 19^e siècle, les panoramas et les dioramas notamment, qui pouvaient transporter le regard des spectateurs et les convier à une mobilité « virtuelle » dans le temps et l'espace. « The diorama was designed to construct and restructure — through light and movement — the relation of the viewer to the spatial and temporal present » (25). Pour caractériser ce transport, elle parle d'un *regard mobilisé* et *virtuel*. Erkki Huhtamo développe une idée similaire à propos des panoramas de la fin du 18^e et du 19^e siècle, et en particulier de la présentation payante et devant public de spectacles visuels basés sur le défilement de paysages peints (*moving panorama*). Soulignant les motivations commerciales et idéologiques des exploitants, il constate que les spectacles ambulants des *moving panorama* ont permis de préparer des audiences, plus ou moins éloignées des centres urbains, aux nouvelles sensations de la culture moderne (*sensory overload of modern media culture*) (367). Le cinéma, en accompagnant les changements techniques et économiques du 20^e siècle, prolonge cette acculturation des regards. Il en favorise la massification.

La médiation du cinéma, envisagée comme préparation à recevoir les images du monde, peut se faire également plus métaphorique. On parlera alors de la formation d'une vision *du* monde. Dudley Andrew (2010), nous l'avons vu, rapproche la vision de ce qui est projeté sur l'écran avec la formation d'un tel regard. Jean-Louis Comolli, attaché à construire une histoire *idéologico-technique* du cinéma, affirme : « l'histoire

du cinéma est *l'histoire du sens que le cinéma permet de lire dans le monde*, grâce à l'articulation que cette histoire réalise entre évolutions techniques et variations de sens. » (2009, 121). Adopter un regard cinéma, ce serait donc, étant conscient de cette capacité du cinéma de représenter son époque (a minima par bribes), voir comment le film s'inscrit dans le monde qui l'entoure, pour paraphraser la manière avec laquelle De Baecque évoque la *fonction critique* du cinéma chère à Daney.

On voit comment ces différents écrits lient la manière de donner à voir du cinéma avec une médiation spécifique des regards. Les considérations de théorie et d'histoire du cinéma évoquées à l'instant ont nourri notre réflexion et expliquent notre choix du terme *regard* dans l'objectif de désigner la première partie de notre diptyque « médiation de médiation ». Le cinéma propose un mode d'intercession, dont les catalogues cinéphiles représentent une instance marginale, mais potentiellement transformatrice. Ils déplacent ou modifient certains des traits fondamentaux de cette mise en relation, tout en souhaitant en conserver l'esprit.

Afin d'appréhender la nature de ces déplacements, une analyse des contingences du numérique apparaît indispensable, en particulier celles touchant à notre objet étude et qui sont aptes à venir influencer ce *regard cinéma*. Nous qualifions cette influence de second degré de *médiation de médiation*. Pour s'en convaincre et étudier la manière d'aborder ce redoublement, il va nous falloir explorer la notion de *milieu* telle qu'elle est développée notamment dans les champs des études en communication, de la philosophie des arts et en intermédialité.

2.4 Le milieu de la communication, un fil conducteur pour conceptualiser l'influence du numérique

Étape charnière de notre cadre théorique, cette section fait le lien entre la définition de l'expérience cinéma et l'évocation des contingences du numérique. Elle nous

donne l'occasion d'expliciter notre choix de décrire le *regard cinéma en ligne* comme une « médiation de médiation ». Cela passe par l'évocation de trois conceptions du *milieu*, l'une issue d'une relecture des fondements des théories de l'information, l'autre de la philosophie des arts et la dernière des études intermédiales. Passer par ces différents apports théoriques permet d'identifier le type de médiation qui nous intéresse, une médiation de second degré donc, qui s'exerce et s'ajoute à l'intercession déjà évoquée du *regard cinéma*. Chacune à leur manière, ces conceptualisations apportent différents éclairages sur l'influence du numérique. Les travaux de Tiziana Terranova en épistémologie de la communication nous amènent à considérer les échanges en termes de milieu et la manière avec laquelle le numérique influence non pas la signification des messages, mais le plan d'intelligibilité sur lequel ils reposent. Avec Jean-Louis Déotte, on aborde les enjeux liés à l'imposition d'un régime de mise en visibilité des contenus sur le web. Les études intermédiales nous apportent enfin les outils nécessaires à l'approche et à la caractérisation de cette médiation comme une modification de la manière de *donner à voir* du cinéma. Cette caractérisation du milieu des échanges en ligne permet de l'envisager comme un plan traversé par des forces qui en façonnent les orientations et qui facilitent ou non le passage des messages. Elle prépare la description, dans la prochaine section, d'une série d'éléments contingents et contraignants propres au numérique, pour ensuite évoquer la manière avec laquelle ceux-ci contribuent à la modulation des formes de consommation des images en ligne.

2.4.1 Aux sources de la communication, un milieu

Plusieurs chercheurs, empruntant une approche matérialiste de la culture en ligne, s'interrogent à propos de l'influence du numérique sur les pratiques de communication quotidiennes, les arts ou la culture. Ils mobilisent, pour ce faire, la notion de *milieu transindividuel de la communication*, dont les origines théoriques pointent le plus souvent vers les travaux de Gilbert Simondon et leurs relectures par

Gilles Deleuze ou Félix Guattari notamment. Pour ces chercheurs, ce milieu représente un substrat qui permet, accueille, soutient et contribue à orienter les échanges, la mémoire et les expériences esthétiques. Tiziana Terranova (2004a) en propose une très bonne formulation. Dans un article pour la revue *Social Text* publié en 2004, elle appelle à privilégier une approche de la communication en tant que milieu. Revenant aux sources techniques et mathématiques des théories de la communication, elle décrit l'envoi d'un message, non pas suivant un parcours d'un point A à un point B, mais par la traversée d'un *milieu*. Cette information elle-même ainsi que son émetteur et son récepteur sont à la fois constitutifs et propres à ce milieu.

Alessandra Renzi (2015), revenant sur les propos de Terranova, précise : « Information is not just produced and circulated through channels ; it also chaotically moves around and across them, creating noise » (99). Deux conséquences découlent de cette prémisse. Premièrement, l'objectif de celui ou celle qui souhaite faire passer un message sera de s'immiscer entre le bruit et les signaux concurrents afin de garantir la circulation de son contenu. Pour ce faire, il lui faudra donner un sens, ou polariser, si l'on veut, une partie du champ informationnel pour assurer la propagation de son message. Deuxièmement, le chemin parcouru par l'information ne renvoie plus, ni au lien entre deux nœuds ni à une version enrichie de ce lien, mais bien au milieu dans lequel l'information naît, traçant « *a transductive arrow – as it attempts to determine a direction for future actualization* » (Terranova 2004, p. 69). Il s'agit donc de concevoir la communication en tant qu'ensemble d'échanges ayant lieu dans un milieu qui inclut les protagonistes et se trouve transformé par ces mêmes actes de communication. Terranova s'inspire ici des thèses de Simondon et de la théorisation par le philosophe français de la capacité d'action propre à ce milieu.

For Simondon, an understanding of informational dynamics actually offers the key to a reconceptualization of the relation of form and matter

in terms of mutual affection that always involves the power of an overall milieu. This process of individuation involves the active participation of a material milieu that is itself capable of active and passive syntheses. Information is always entangled with and dependent on a material milieu defined by its tensions and incompatibilities in a process that can only be described in terms of the different tendencies that it gives expression to. (67)

En complément de cette première formulation théorique, il est intéressant de se tourner vers les lectures des travaux de Deleuze et Guattari (1972; 1980) au sein des études post-marxistes. Nicholas Thoburn attire notre attention sur les dynamiques de pouvoir qui parcourent les *agencements* (*assemblage* selon la traduction anglaise du terme), notion dont il fait usage à la suite des deux philosophes.

Crucially, control thus operates less through the moulding of ‘individual’ subjects in mass formations (family, member, student, worker, national citizen) than in the modulation of ‘dividual’- sub- and trans-individual arrangements of matter and function (forces, genetic codes, affects, capacities, desires) – that are configured, know and modelled as samples, data, propensities, populations and markets. (Thoburn 2007, 83).

La médiation des regards proposée par le cinéma semble bien correspondre à la liste d’agencements évoqués au début de cette citation. C’est notamment à travers elle que le 20^e siècle a vu la formation, le maintien ou le renversement des formations de masse évoquées par Thoburn. Le numérique induit par contre, aujourd’hui, un autre type de *mobilisation*¹⁴⁷ (Latour 1985) de ces agencements. Thoburn les évoque dans la dernière partie de sa phrase, lorsqu’il énumère les configurations que sont les échantillons, les données, les marchés. Cela ne sous-entend pas une rupture dans le fonctionnement du cinéma – celui-ci s’adressait déjà à son public par l’intermédiaire de sensibilités transindividuelles de l’audience (affect, désirs, forme de la représentation, etc.), mais plutôt la nécessité de repenser l’acte de visionnement dans

¹⁴⁷ Voir un peu plus loin, à la fin du présent chapitre, pour une explication détaillée de la notion.

un ensemble de relations qui inclut tout aussi bien les acteurs manifestes de cet acte de communication, la spectatrice, la machine (dont un projecteur ou un écran), les artisans du film, etc. que les éléments et les forces qui concourent de manière sous-jacente à cette rencontre du film avec son audience. Si l'on repense au faisceau de relations évoqué par les nouvelles théories du dispositif cinématographique, il s'agit ici d'élargir le groupe d'éléments pris en compte. Pour se représenter cet élargissement, l'on peut s'imaginer les composantes du dispositif sur deux axes. L'un, horizontal, renverrait à la prise en compte du contexte. Par exemple, les rapports économiques inégaux et les contraintes commerciales et légales qui entourent l'émergence ou la poursuite de variantes du dispositif classique – les projections éphémères ou mobiles, ou encore le partage des films en ligne. Comme on l'a vu, cette inclusion du contexte était déjà envisagée dans le cadre des théories du dispositif cinématographique précitées. L'autre axe, vertical, change plus drastiquement le focus de l'analyse. Toujours dans un esprit matérialiste, il s'intéresse à l'influence de forces situées a priori à l'extérieur du moment de visionnement du film. L'influence de celles-ci se joue néanmoins sur des paramètres : la temporalité, la visibilité, la mémoire, par exemple, qui, en quelque sorte, précèdent et préparent l'articulation du sens lors de la projection. Le numérique, et son statut aujourd'hui hégémonique dans la circulation des contenus, la médiation qu'il opère, renforce la nécessité d'une telle approche. Les travaux de Neal Thomas (2013), toujours inspirés par la modulation des *agencements* décrite par Deleuze et Guattari, permettent de préciser la nature de cet axe vertical. Thomas décrit une série de contraintes inscrites au sein des plateformes logicielles. Selon lui, elles produisent une articulation particulière des plans de *contenu* et d'*expression* (Guattari 2012 [1977]) dans lequel va se situer la consultation des textes et les échanges entre internautes. Félix Guattari décrit comment les *agencements d'énonciation* sont constitués d'éléments assignifiants, dont l'articulation en signes, dans les termes de la sémiologie, correspond à l'usage dominant sans que celui-ci capture l'entièreté des possibilités de la *machine*

d'expression (Genosko 2008). En parallèle à la formalisation du plan de contenu des échanges numériques, Thomas Neal décrit la modulation du plan d'expression par le recours aux algorithmes de recherche et de recommandation. L'action conjuguée sur les deux plans, au niveau des normes régissant le contenu ainsi qu'au niveau des logiques machiniques qui organisent sa mise en visibilité concourt à *l'automatisation* de la machine d'expression. Gary Genosko précise : A-signifying signs “automate” dominant significations by “organizing a system of redundancy” on the levels of expression and content: automation entails normalization, invariance and consensus ». (15). Avant de décrire plus en détail la présence d'une telle *redondance* d'automatisation à partir de l'observation de l'esthétique de nos catalogues, on retiendra déjà l'idée d'un milieu sous-jacent, dont les articulations peuvent être modulées par les représentations et les processus associés au développement du numérique. Cette conceptualisation permet, comme le souligne Renzi (2015), d'appréhender les logiques capitalistes qui composent et tendent à former un environnement (le web, par exemple) où les dynamiques de l'information – la forme de sa circulation pour reprendre le concept de Will Straw (2010) – ont préséance sur les significations. On verra plus loin quelques exemples de technologies, de codes et de représentations liées au numérique à la fois indices et sources de ces contraintes.

Cette focalisation sur un au-delà des échanges, dans une approche qui souhaite dépasser la seule signification des textes, images et sons en circulation s'inscrit dans un mouvement théorique plus large. D'autres auteurs, peut-être moins concentrés sur les attributs technologiques du numérique, soulignent aussi la nécessité d'adopter une perspective attentive aux dynamiques du web, à ce qu'elles peuvent nous apprendre sur la forme de nos échanges et leur influence sur les contenus qu'ils réactualisent. Dans la lignée de travaux de Raymond Williams, Will Straw appelle à ne pas focaliser l'analyse sur les supports et la manière avec laquelle ils permettent de traiter, échanger et stocker du savoir, un type d'analyse qu'il associe à la tradition

allemande en théorie des médias¹⁴⁸. Selon Straw, cette approche doit être dépassée lorsque l'on s'intéresse aux systèmes de communication mobiles (il traite notamment des échanges SMS). En invitant à prendre le virage de la circularité, il convie à ne plus lire la composition d'une culture à travers ses inscriptions médiatiques, mais bien plutôt à s'intéresser aux mouvements des formes culturelles au sein d'une société. Ces échanges constituent une *matrice d'interconnexion* qui forme la trame sociale. Là aussi, les figures classiques de l'émetteur et du récepteur perdent de l'importance au profit d'une focalisation sur les réarrangements des circuits informationnels et culturels au sein du corps social. Ces circuits émanent de certains pôles, en traversent d'autres qu'ils contribuent à former et reformer.

On retrouve cette attention aux formes de circulation des contenus dans l'une des conclusions de l'étude menée par Jonathan Sterne (2012) à propos de l'histoire du standard de compression mp3. Pour cet auteur, ce format à la fois garde la trace et permet d'évoquer non seulement les machines dont il dépend, mais aussi son articulation avec des pratiques, des manières de faire, des institutions et des systèmes de croyances. Bien qu'approchant le sujet par un autre biais, Sterne parvient ici à une constatation qui rappelle celle formulée par les nouvelles théories du dispositif cinématographique. Selon lui, on trouve, au niveau micro, des logiciels et des codecs (des programmes permettant la compression et la décompression des données). Au niveau macro, ces programmes sont intégrés au sein d'infrastructures et de consortiums publics et commerciaux. Sterne constate le sens codé du trafic de la musique en ligne, une circulation en partie déterminée par les choix idéologiques ayant marqué le développement du format de compression mp3. Ce format met en lumière la manière avec laquelle certains éléments numériques peuvent en

¹⁴⁸ Ici, Straw cite la lecture que Matthew Griffin fait des travaux de Friedrich Kittler, cf. Griffin, M. (1996). *Literary Studies +/- Literature: Friedrich A. Kittler's Media Histories*. *New Literary History*, 27(4), 709-716.

« contenir » d'autres et exercer ainsi une influence sur leur consommation. À ce propos, nous l'avons évoqué précédemment, Charles Acland (2007) appelle à considérer, plus généralement, la reprise de contenus anciens dans les espaces médiatiques du numérique. Will Straw (2007), prolongeant cette vision critique des logiques de récupération du numérique, souligne les inerties culturelles que le web contribue à entretenir en faisant passer le vieux pour du nouveau, tout en désamorçant ses aspects disruptifs. Ainsi, on peut concevoir la circulation des fichiers en format mp3, malgré l'apparente rupture qu'ils semblent permettre, dans le prolongement des logiques de propriété individuelle et d'accumulation de la musique.

Comment alors saisir ces reprises et leurs modes de circulation ? Surtout, peut-on penser dans un même mouvement, c'est là sans doute une partie de la solution, le milieu, les différentes formes médiatiques dans lequel il s'agrège – pour suivre la métaphore proposée par Terranova – et les écarts entre celles-ci ?

2.4.2 Des appareils aux médiations de médiations

Pour répondre à ces questions, il nous faut poursuivre notre exploration de la notion de milieu en effectuant un passage par la philosophie des arts et le concept d'*appareil* chez Jean-Louis Déotte. Si l'on se remémore notre intérêt, selon l'axe vertical préalablement évoqué, pour les éléments qui organisent de manière sous-jacente l'organisation visible (ou audible d'ailleurs) du sens, les travaux de Déotte permettent de mettre en lumière le plan sur lequel agissent ces éléments, c'est-à-dire les conditions de mise en visibilité des contenus.

Jean-Louis Déotte (2007; 2005; 2008), dont les travaux se situent au sein de la philosophie des arts propose de repérer au sein d'une société et sur une période donnée une série d'invariants pointant vers une articulation hégémonique de la visibilité. Ces similitudes marquent une même *technique d'apparaître*. Selon lui,

« [I]es savoirs et les arts sont toujours appareillés selon des dispositifs techniques époquaux. Au principe de l'appareil, il y a la fonction de « rendre pareil », d'« apparier » : de comparer ce qui jusqu'alors était hétérogène. » (Déotte 2007, 16). Il ajoute à la notion de pouvoir inhérente aux dispositifs foucaaldiens, celle d'*apparat*. *Les appareils* déterminent également la manière avec laquelle les contenus sont rendus *dignes de paraître*. Cette détermination de l'apparition se donne comme un *système normé*. Celui-ci définit tout autant ce qui peut ou non être introduit dans l'espace culturel d'une société que la forme que devra prendre ce nouvel apport. On peut associer un appareil à un artefact (ou un système technique), telle la perspective et la *camera obscura* par exemple, mais Déotte souligne bien la nécessité de faire la distinction entre technique et appareil. *L'appareil* désigne au-delà des objets artificiels l'ensemble des règles qui régissent la création et qui, formant un groupe relativement homogène d'œuvres, de techniques et de représentations liées par un même principe d'apparition, font époque.

Jean-Louis Déotte évoque bien sûr le cinéma. À notre avis, cette perspective peut aussi s'appliquer aux médias numériques. Comme nous allons le voir à la prochaine section, ceux-ci sont régis par un ensemble de normes, qui, associées à des systèmes techniques, contraignent le visible dans un cadre précis. En migrant sur les réseaux, une manière de donner à voir va être marquée par et se faire l'indice du passage entre deux *techniques d'apparaître*. La reprise des catalogues dans l'univers du web éclaire donc bien plus que son unique remédiation. D'autant que *les appareils*, explique encore Déotte, renvoient à leur propre milieu transindividuel qui conditionne « le mode de perception des sociétés humaines comme le ferait un moule » (Déotte 2007, 54). Grâce à une analogie avec le vivant, il explique que les appareils créent leur

propre *milieu associé*. Ils *innervent*¹⁴⁹ la société en intégrant la vie. En effet, ce que le cinéma médiatise, selon la lecture de Déotte (2016), c'est d'abord le *substrat* qui accueille la *fantasmagorie*, terme cher à Walter Benjamin avec lequel il désigne la *rêverie collective* d'une époque. Déotte explique : à la manière du passage parisien, l'*appareil cinématographique* « configur[e] la sensibilité de la masse, qui, dans le même temps, [l']absorbe selon une logique de la double inclusion » (3). Ce qui permet au philosophe contemporain de conclure :

Si un appareil est ce qui configure la sensibilité commune (c'est la première thèse de *L'Oeuvre d'art...* de Benjamin, à propos des époques de la sensibilité où il est question de l'appareillage cinématographique et de son impact sur l'époque), on peut conclure qu'il fait monde comme le musée l'avait fait pour le XIXe siècle (Benjamin citant Giedion¹⁵⁰) ou le baroque pour le XVIIe siècle (cf. le château de Versailles selon ce même Giedion). Ce qui entraîne à chaque fois une autre définition de la temporalité.

Nous avons abordé plus tôt les différentes composantes de ce changement de *régime d'expérience* (Simay 2013) repéré par Benjamin.

On verra comment les réflexions de Bernard Stiegler et celle de l'école de la traduction, tout en divergeant légèrement, peuvent permettre de préciser ce lien entre les appareils et leur milieu. Ce rapport d'innervation nous intéresse, en particulier, car il va nous donner l'occasion de faire retour, depuis les écarts qui marquent différentes

¹⁴⁹ Miriam Hansen reprend les mots de Susan Buck-Morss : « 'innervation' is Benjamin's term for a mimetic reception of the external world, one that is empowering, in contrast to a defensive mimetic adaptation that protects at the price of paralyzing the organism, robbing it of its capacity of imagination, and therefore of active response » (M. Hansen 2012, 137). À propos du concept d'*innervation* chez Benjamin et sur les différents champs desquels il s'inspire, de la psychanalyse freudienne à la neurophysiologie, en passant par la biomécanique des avant-gardes soviétiques, on lira le chapitre « Mistaking the Moon For a Ball » (132-162) du livre de Miriam Hansen (2012).

¹⁵⁰ L'auteur fait ici référence à l'ouvrage de l'historien Siegfried Giedion, *Construire en France, construire en fer, en béton*, Paris. Editions de La Villette, 2000 [1928].

formes de médiation des films vers les mutations des représentations liées au cinéma, ceci sur un plan plus général donc.

Deux remarques peuvent encore être pertinentes à ce stade. Elles permettent d'adapter la proposition de Déotte au contexte numérique. Il est, dans un premier temps, nécessaire de noter une petite distinction entre ce qui nous occupe et le concept d'*appareil* développé par Jean-Louis Déotte. La sélection de ce qui est digne d'apparaître ne se fait plus uniquement au sein d'un « système normé », un ensemble de règles institutionnelles, un dispositif, mais également par l'autorégulation des participants à l'échange. Nous pensons ici aux thèses de Maxime Ouellet (2011) concernant la *gouvernance* qui, selon lui, désigne l'application à l'échelle de la société de pratiques de gestion issues du milieu corporatif. Le fait de mettre en relation les individus par la technique assure la stabilisation de la société par l'autorégulation de ses composantes. Dans ce modèle théorique, chaque individu, chaque institution utilisent les informations circulant sur le réseau pour adapter de manière rationnelle ses propres actions. À l'aide d'une généalogie du développement des réseaux, Benjamin Loveluck (2015) observe que les normes ancrées au sein des réseaux numériques et la détermination des échanges qui se produisent à travers eux contribuent à la réalisation de cet idéal néolibéral. C'est en quelque sorte la force des GAFAM de renvoyer aux individus la responsabilité de respecter et de contrôler la bonne application des codes et des processus de mise en visibilité sur les réseaux. Cela ne veut pas dire qu'il n'existe pas de règles écrites et d'instances chargées de les faire respecter, mais qu'une partie des conditions de visibilité, auquel tout acteur doit se plier pour faire circuler ses contenus en ligne, est à la fois de nature infra-

signifiante, et, sans doute par le fait même, s'impose par l'autorégulation des acteurs souhaitant donner à voir leur contenu¹⁵¹.

Nous l'avons vu, les contours de ces contraintes du visibles sur les réseaux numériques passent par un en deçà du sens, par une articulation particulière du milieu numérique dans lequel vont se déployer les messages. Comment alors observer l'influence de ces contraintes sur le type de visionnement proposé par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement ?

Pour reprendre la métaphore proposée par Terranova, donner réponse à cette question requiert l'observation des différentes zones qui composent le milieu au sein duquel les films sont visionnés. Lorsqu'ils migrent en ligne, les films passent d'une zone polarisée selon une orientation donnée, celle correspondant à la projection du film en salle commerciale, par exemple, à une autre au sein de laquelle la médiation induite par le dispositif de visionnement change de forme. C'est à partir de cette observation, que nous désignons d'ailleurs au cours de cette thèse par le concept de *regard cinéma en ligne*, que l'on peut saisir les mutations de l'expérience cinéma et les conditions d'apparition des films sur les catalogues cinéphiles. Notons bien l'ajout des termes en ligne au vocable déjà constitué « regard cinéma », ceci afin de bien marquer la nature de l'objet de nos observations. Il s'agit d'une « médiation de médiation », une mutation successive, ou plutôt de second degré, d'une manière de donner à voir le monde vécu. Cette dernière constatation provient des distinctions (critiques) avancées par Marion Froger (2007) lorsqu'elle décrit les champs d'études respectifs des appareils et en intermédialité. Les études intermédiales proposent une approche moins intéressée par la médiation du monde telle qu'elle est permise par les médias que par

¹⁵¹ À la lecture des paragraphes qui précèdent, on comprend que notre utilisation du terme *visibilité* dépasse la seule prise en compte des facteurs d'exposition et de référencement des contenus en ligne que recoupe l'idée de découvrabilité.

les interrelations qui tissent des liens entre ces derniers. Au-delà de la description d'une vision spécifique sur le monde, l'intermédialité cherche à révéler les écarts, les passages ou les reprises qui situent ce point de vue au sein du milieu intermédiatique. De plus, contrairement à la vision en phases successives proposée par Déotte, les différents régimes médiatiques (oraux, scripturaux, analogiques, etc.) sont perçus dans leur coexistence, « [laissant] ouverte la question du temps » (13). Ces distinctions notables amènent les études intermédiales à se cantonner aux « médiations de médiations ». Au milieu transindividuel des appareils, Froger compare celui intermédiaire dans lequel une pluralité de médiums sont enchevêtrés. Les écarts et les rapports entre ceux-ci deviennent alors objet de l'analyse. Plusieurs des caractéristiques de l'approche intermédiaire inspirent d'ailleurs notre démarche : saisir les médias par le milieu des relations qu'ils entretiennent entre eux (Jost 2005) et avec leurs supports et leurs contextes (Méchoulan 2010) ; préserver le moment de migration et d'hybridation des contenus (Besson 2014) ; tenir compte de la manière avec laquelle les imaginaires contribuent à leur donner forme (Albera 2012). Ce dernier point nous incite à prendre en compte les visions de la cinéphile déployées par les services cinéphiles, l'influence de ces dernières sur la production des paratextes d'accompagnement, et surtout, le type d'expérience de visionnement ainsi promu.

Les études intermédiales fournissent d'ailleurs les outils théoriques nécessaires pour penser le caractère émergent des catalogues. Nous avons abordé leur histoire et leur contexte d'émergence sous les auspices de la généalogie foucauldienne. Il convient maintenant de caractériser l'aspect médiatique de ce même caractère émergent. On s'arrêtera en particulier sur la notion de *prototype*. Nous avons constaté dans notre problématique la nature à la fois éphémère et prolifique des offres cinéphiles de visionnement en ligne. Afin de tenir compte de cette nature et de leur rôle dans la migration du cinéma en ligne, on choisira de les désigner comme des prototypes. Selon Viva Paci, « [l]e prototype est [...] un objet qui (com)porte du temps ». Il brise

la « continuité des usages » en présentant les « possibilités technologiques du présent » (2012 191-92). Tendus vers d'éventuels futurs, ils sont objet de passages. Ainsi, le fait que les catalogues mettent de l'avant de nouvelles techniques, de nouvelles formes de consommation des images, contribue à les rendre transitoires¹⁵². Produit d'un état des forces, d'une possibilité de rupture, leur forme devient obsolète une fois le contexte modifié. Pourtant, si certaines offres disparaissent ou sont assimilées dans de plus grands ensembles, leur utilisation laisse des traces, une série de résidus d'expérience cinéma sur le web. La mise en relation des films et des spectateurs se déploie à travers cette série de tâtonnements et d'ajustements.

À travers les différentes formes des catalogues, on peut observer ce que Madeleine Akrich (1993) désigne comme une *médiation technique* : le lent ajustement entre une technologie et ses utilisateurs, tous deux inclus dans un processus d'adaptation. L'influence des algorithmes, le fait que des interventions machiniques puissent moduler la navigation des internautes, représente sans doute le résultat le plus visible de cette médiation. Nous reviendrons plus en détail sur cette notion dans le prochain chapitre.

En dernier lieu, notons encore que les appareils conservent, selon Déotte, une possibilité de distanciation. Bien qu'à travers eux la technique influence les représentations, les appareils permettent de donner à voir cette technique et de la rendre pensable. C'est pourquoi on peut parler d'une mutation consciente ou réflexive du cinéma. À l'appui de cette constatation, on peut évoquer les travaux qui repensent

¹⁵² En cela, les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement peuvent être rapprochés d'autres formes audiovisuelles contemporaines, comme le webdocumentaire, dont le bref succès s'explique vraisemblablement par leur inscription dans l'avant-garde de vagues technologiques toujours déjà sur le point d'être rattrapée par d'autres formats. Sur la nature prototypale du webdoc, voir Viva Paci et Martin Bonnard. 2015. « Le webdocumentaire à la croisée d'un réseau... ». *Cahiers du CIRCAV* 24: 153-72.

l'histoire du cinéma à l'aune des possibilités offertes par le numérique (Elsaesser 2004; Zielinski 1999).

2.4.3 Les enjeux de la médiation technique

L'étude des nouvelles technologies de l'information et de la communication met en lumière depuis plusieurs années déjà les effets de l'utilisation des technologies. Josiane Jouët décrit ainsi, en 1993, les pratiques émergeant de la *négociation* des objets techniques par les usagers :

Si les outils informatisés concourent à une technicisation de l'acte de communication, ils sont aussi porteurs de valeurs de rationalité et de performances qui pénètrent les pratiques. Ces technologies conduisent en effet à l'émergence de nouveaux modèles d'action qui canalisent l'expression individuelle et collective et qui se glissent dans un grand nombre d'activités quotidiennes étant donné l'importance croissante du recours à ces équipements (1993, 104).

Malgré cette prescience de la sociologie des usages et compte tenu de l'orientation de notre recherche (davantage concernée par la production et la perpétuation d'un regard cinéma que par les pratiques effectives des abonnés de la vidéo par abonnement), il faut nous tourner maintenant vers les travaux de l'École de la traduction (plus connu ensuite sous l'appellation *Théorie de l'acteur réseau*), afin de caractériser la nature de la médiation exercée par le numérique. On doit, en effet, à Madeleine Akrich (1993), l'une des figures tutélaires avec Bruno Latour et Michel Callon de cette école de pensée, une formulation très précise de la *médiation technique*. Elle décrit le concept en insistant sur deux points. Premièrement, la relation de médiation perdure après la phase d'innovation, donc au-delà du moment de développement d'un dispositif technique, dans son utilisation quotidienne. Deuxièmement, Akrich souligne la nécessité d'une juste pesée des différents termes de cette médiation et de leur contribution à la mutation de l'expérience des usagers. Reprenons brièvement

quelques-uns des traits constitutifs de cette tradition théorique. Si chaque innovation est liée à une vision du monde, cette dernière va subir « une série d'opérations de traduction » (5) au fil de son adoption par les acteurs humains et non humains (les actants) qu'ils s'agissent, par exemple, d'intermédiaires ou des utilisateurs finaux des artefacts¹⁵³. Dans ce cadre, Akrich appelle à « redonner aux dispositifs techniques leur épaisseur, ce qui en fait des médiateurs et non de simples instruments ou encore, pour reprendre les termes de Simondon, ce qui en eux-mêmes peut être décrit comme un mixte stable d'humain et de naturel [...] » (Akrich 1993, 4 cité dans Bardini 1996, 136). Elle détaille le processus d'adaptation de la technique à son environnement. Il ne s'agit pas d'une rencontre ou d'une comparaison, mais de « faire se spécifier conjointement et de manière indissociable le dispositif technique et son environnement ; c'est en ce sens que l'on peut [...] parler de médiation technique » (6). À travers différentes épreuves d'adaptation de l'innovation (tests, partenariats techniques ou commerciaux, études de marché), les acteurs et les objets techniques (ainsi que les éléments naturels) se transforment sous les auspices de cette médiation. Le processus de médiation technique décrit par Akrich illustre donc comment une série d'épreuves, d'expérimentations autour de la technique, conduit à une lente adaptation entre un objet technique, les intermédiaires concourant à sa diffusion et ses utilisateurs.

Une telle conception de la relation des acteurs à la technique éclaire l'influence de ladite médiation. Elle peut se donner en complément du concept heuristique de dispositif décrit précédemment. Ainsi, dans notre lecture, les catalogues cinéphiles, en tant que prototypes, sont autant d'essais de *relocalisation* de l'expérience cinéma

¹⁵³ Michel Callon (1986) établit quatre étapes de la traduction : la problématisation, qui définit les acteurs et leur mise en réseau ; l'intéressement, association des acteurs par imposition d'identités selon l'objectif poursuivi ; l'enrôlement, série de tests de validations et de négociations de la représentativité des acteurs choisis ; la mobilisation des alliés par leur *déplacement* instrumental. Nous allons revenir sur cette dernière phase.

en ligne. Ces essais correspondent aux épreuves d'adaptation évoquées par Akrich. Il faut les lire dans le prolongement des étapes d'innovation des technologies du web. Rappelons l'insistance d'Akrich sur le prolongement de la médiation technique aux phases de diffusion. Cela nous engage à penser ces essais au sein d'un mouvement général d'acculturation et d'adaptation de la vision du monde et des conceptions associées au numérique. Au cours de ceux-ci, au fil de la création, de la persistance ou de la disparition des offres cinéphiles, on assiste à une modification des acteurs, des objets et des pratiques concernés. Lentement, les termes mis en relation se modifient alors qu'ils entrent en contact. Nous essayons de capturer ce mouvement par l'observation des mutations touchant certaines composantes de l'expérience cinéma (la cinéphilie, la mémoire, la saturation et le rôle des algorithmes notamment), telles qu'elles sont mises en lumière par la notion de *regard cinéma en ligne*. Suivant la pensée d'Akrich, nous considérons ces mutations, sans accorder de préséance à l'un ou l'autre des éléments associés, que cela soit les acteurs, les actants ou à la médiation qui les lie. Choisir d'observer de la sorte l'apport des différentes composantes du dispositif technique doit néanmoins nous amener à décrire les rapports de force qui les traversent. Cette prise en compte large ne constitue donc pas, bien au contraire, un aplanissement général des inerties et des résistances inhérentes à l'actualisation du *regard cinéma* sur le web.

Lorsque Thierry Bardini reprend les thèses de Madeleine Akrich, il souligne l'aspect irréversible de certaines traductions. Dans un article pour la revue *Réseaux* (1996), il argumente en faveur d'une plus grande inclusion de la matérialité des réseaux sociotechniques. Reprenant l'idée d'un réseau composite, formé par des humains et des actants, il dénonce l'influence du tournant sémiotique. La métaphore de la traduction et le fait d'observer le développement de l'innovation par sa formulation dans des textes ou des codes ne permettent pas d'échapper au biais réductionniste de la schématisation. Bardini appelle à envisager le dispositif technique au sein des

pratiques. Les usagers entrent en relation *virtuelle* avec les concepteurs à travers ce qu'ils perçoivent des possibilités permises par le dispositif. À la suite du psychologue James Gibson, Bardini décrit ainsi l'« affordance » de l'objet technique. Relevons ici que cette présence virtuelle de certains acteurs justifie, selon lui, le recours à la notion de médiation. Il écrit : « si l'un ou l'autre des acteurs et « virtuel » à un moment donné, la relation ne peut être que médiatisée, indirecte » (136). Bardini avance un cadre conceptuel qu'il revendique de nature hybride entre les théories de l'innovation et celles de la diffusion. Nous nous situons plutôt du côté des premières, du côté de la conception des catalogues et de leur capacité à perdurer dans le temps, sans délaisser complètement les secondes, c'est-à-dire l'utilisation des catalogues par les abonnés. Si les deux apparaissent, dans tous les cas, interreliés, nous ne nous aventurons pas à étudier les processus d'adoption par les audiences de ces nouvelles offres de regard. Plutôt, nous observons les expérimentations des catalogues autour d'offres originales de visionnement et ce faisant les nouvelles traductions proposées, autant de tentatives de négocier avec la forme de médiation du numérique. C'est là que nous rencontrons la résistance abordée à l'instant. Pour Bardini, qui emprunte ici à la sociologie de Michel Callon, la matérialité des réseaux sociotechnique s'affirme en effet dans l'irréversibilité de la traduction.

D'un point de vue général, on peut dire que l'irréversibilité croît à proportion que des effets de systèmes se créent dans lequel chaque élément traduit, chaque intermédiaire, chaque traducteur s'inscrit dans un faisceau d'interrelations : modifier un élément, c'est-à-dire le définir différemment, suppose que l'on s'engage dans un processus de retraduction généralisé (Callon 1991, p.219 cité par Bardini, p.134).

Considérant le fonctionnement du web, avec son grand nombre d'acteurs impliqués dans la plupart des transactions, du paramétrage de l'affichage des images, à la circulation des données jusqu'à l'internaute, en passant par le traitement des copies numériques des films, cette affirmation prend tout son sens. Elle permet, au passage,

de préciser notre propos autour de l'émergence de la vidéo par abonnement au sein des contingences du numérique. Nous l'avons dit, son émergence s'effectue dans un état des forces, dans l'espace créé par d'autres acteurs, mais également dans un état de la technique, une forme particulière de la médiation qu'elle exerce. Comme le premier, ce second état est le produit d'une histoire et il exerce une forme de résistance face au changement. Selon nous, la notion de milieu rend possible la prise en compte de cette double détermination.¹⁵⁴

Les services cinéphiles construisent leurs offres à partir des outils conçus pour le web. Sachant que ceux-ci sont liés à une conception de la technique, les catalogues entrent en relation avec les modèles et les limites associés à celle-ci. On peut voir leurs efforts d'adaptation selon différentes phases. Les films passent par une zone différente du milieu, celle occupée par le web. Cette zone peut s'envisager comme un dispositif technique présentant un faisceau de relations¹⁵⁵ organisé différemment. Les catalogues sont donc contraints de développer de nouvelles stratégies pour faire passer leur message, suivant la pensée du milieu de la communication développée par Terranova. Cela passe par un processus d'essais et d'erreurs, des épreuves d'adaptation dans les termes d'Akrich, c'est-à-dire une modification des termes de la médiation technique, le tout inclus dans des dynamiques de résistance ou d'inertie empêchant la réarticulation généralisée du dispositif technique.

La médiation technique décrite par Akrich renforce donc notre conception d'un milieu, dont l'épaisseur renvoie, toujours selon nos axes horizontaux et verticaux, aux articulations sous-jacentes à la circulation des messages. En guise d'exemple de ces

¹⁵⁴ De fait, il s'agit des deux faces liées d'une même pièce, les rapports de force économiques contribuant pour une large part à la définition des conceptions techniques entourant le numérique, voir à ce propos les travaux d'Éric George à propos du vocable *société de l'information* (2008).

¹⁵⁵ Selon ce qui précède, on entend ici les relations qui se tissent entre les mécanismes composant les objets techniques concernés, la spectatrice et la place que lui accorde la machine, les discours et les imaginaires associés à l'expérience de visionnement.

articulations, on peut rappeler, dans la lignée de notre intérêt pour l'aspect collectif de l'expérience chez Benjamin ¹⁵⁶ comment, selon Maxime Ouellet (2011), les développements techniques du web sont orientés vers une conception idéologique des échanges. Les objets techniques mis en place s'accompagnent d'une vision du monde, la gouvernance, et favorisent l'autorégulation des participants aux échanges. Ceux-ci sont appelés à adapter leurs contributions pour assurer leur visibilité sur les réseaux. Nous verrons comment cette exigence s'applique également aux catalogues de notre corpus.

2.4.4 Des dynamiques de substitution par la mémoire technique

Avant de conclure cette section consacrée à la médiation technique, une seconde illustration de l'influence de la technique peut être évoquée. Il s'agit des travaux aujourd'hui canoniques de Bernard Stiegler sur la mémoire. Leur apport à notre analyse est important. En plus de fournir un exemple du type de médiation qui nous intéresse ici, ceux-ci vont nous permettre de décrire l'influence de la structure du web et des algorithmes sur la mémoire du cinéma.

Afin de proposer une lecture des technologies numériques et de leur influence sur le devenir des sociétés connectées, Bernard Stiegler (1996) remonte à une distinction opérée par Platon entre deux types de réminiscence : celle incarnée (*anamnesis*) et celle technique (*hypomnesis*). Les deux se donnent la plupart du temps en conjonction. Avec la complexification des systèmes d'inscription, les mnémotechniques tendent à ordonner les mémoires qu'elles contiennent selon leurs propres logiques. En particulier, Stiegler souligne l'emprise du phénomène de *grammatisation*. Mark B. Hansen, dans son introduction à la contribution de Stiegler (2010) au livre collectif *Critical Terms for Media Studies*, explicite ce concept : « the

¹⁵⁶ Voir la section *Composante collective* du présent chapitre.

exteriorization of memory in the form of discrete marks, traces, or *grammé* that form the hypomnesic milieu for anamnesis » (66). À chaque époque, la faculté de récollection de l'humain devient dépendante d'un régime de mémoire hypomnésique. Les industries culturelles ont, à titre d'exemple, permis un élargissement de la participation à la société à travers les médias de masse. Par contre, cet élargissement s'est effectué sur un mode inégal. Les audiences n'ont pas accès à une compréhension des machines de diffusion tels le cinéma, la télévision ou la radio. Les récepteurs se trouvent ainsi réduits à un rôle spécifique, celui de consommateur, se voyant privé de la possibilité de développer des circuits de transindividuation inédits. Chaque milieu technique peut de la sorte être *associé* ou *dissocié* de l'anamnèse. C'est le double jeu de la technique dont les apports prothétiques peuvent se révéler aussi bénéfiques qu'aliénants.

Avec Jacques Derrida¹⁵⁷, Stiegler appelle, d'ailleurs, à considérer l'influence de la technique, non pas en termes d'évolution linéaire ou par phases, mais comme un processus en constante redéfinition. Celui-ci crée régulièrement de nouvelles articulations entre individu et collectivité. Stiegler désigne l'individuation psychique et sociale décrite par Simondon (2005) comme le résultat de ces mutations. L'idéologie informant le développement des réseaux numériques, qui tendent à « héberger » une part toujours plus importante des actions expressives des individus, joue ici un rôle crucial. Stiegler (2010) souligne :

[...] quelque chose de complètement nouveau se produit quand les conditions d'effacement, de sélection, d'oubli, d'anticipation et de rétention/protection – en un mot, de temporalisation – sont concentrées dans une machine techno-industrielle dont la finalité est la production de plus-value (80, notre traduction).

¹⁵⁷ Jacques Derrida. 1979. *L'écriture et la différence [1967]*. Paris: Éditions du Seuil.

On peut lire les constats de Stiegler comme une illustration de l'action de la médiation technique. En recourant à la mémoire numérique, les individus incorporent les logiques de la prothèse technique, au premier chef desquelles sa manière d'ordonner, de repérer ou de mettre en visibilité les contenus. Ainsi, cette mémoire technique se substitue partiellement à la mémoire du cinéma, et cela surtout au niveau de ses voies de contact. Elle s'intercale entre la spectatrice et les institutions, dans les rapports que l'internaute entretient avec les collections privées ou avec d'autres individus dépositaires de la mémoire cinématographique.

L'influence des articulations du milieu numérique sur la circulation des contenus en ligne se joue dans la « médiation de médiation » opérée par le web. Caractériser cette dernière dans les termes de la *médiation technique*, une manière de concevoir l'acculturation aux objets techniques par la transformation des différents éléments et acteurs qui composent le dispositif technique nous amène à considérer la technique, non pas comme facteur général d'explication des mutations du cinéma, mais en tant que fil conducteur. On la retrouve dans les observations de Benjamin sur les appareils techniques du 19^e et du 20^e siècle, jusqu'aux *machines culturelles*¹⁵⁸ décrites par Joss Hands (2013) ou Thomas Neal (2013), sans oublier l'importance qu'elle revêt dans les écrits en théorie et en histoire du cinéma. Suivant l'approche proposée par Akrich et tenant compte de l'orientation matérialiste que lui donne Bardini, l'observation de la médiation qui s'exerce à travers la technique, non seulement, permet de relier ces différentes conceptualisations, mais donne également l'occasion d'appréhender les changements dans la forme de cette médiation. Nous désignons ces mutations, selon notre conception inspirée des travaux récents en science de la communication et au sein des études intermédiales, comme différentes zones polarisées d'un même milieu.

¹⁵⁸ Tous deux écrivent pour la revue *Culture Machine*.

2.5 De quelques contingences du numérique

On l'a vu, les études cinématographiques se sont saisies de la thématique de la numérisation. Elles ont exploré plusieurs enjeux liés au passage du cinéma sur les réseaux. Cette section adopte une perspective pragmatique et matérialiste sur la circulation des contenus en ligne¹⁵⁹, afin de dégager quelques aspects encore inédits et dont la prise en compte a pu être relativement éludée par les travaux théoriques sur le cinéma aujourd'hui. Concernée avant tout par les éléments (les règles implicites et explicites, les normes et les solutions logicielles) avec lesquels les catalogues doivent composer pour offrir leur service, notre exploration se tourne maintenant du côté de l'étude des plateformes et des logiciels (*platform studies* et *software studies*). Les protocoles, les algorithmes de recherche et les systèmes de recommandation, trois constituants manifestes des réseaux numériques, m'apparaissent appropriés à la description des contingences du numérique et des contraintes qu'elles induisent sur les catalogues cinéphiles. Nous allons les aborder ici brièvement, pour ensuite reprendre chacun d'eux au fil des chapitres de développement.

2.5.1 Les protocoles et l'organisation de la visibilité en ligne

Les protocoles ainsi que les algorithmes de recherche et de recommandation peuvent être lus comme découlant tous de l'une des mutations les plus importantes du web.

Le web est en quelque sorte passé d'un « web de stock », où documents et données étaient stockés sur un serveur et « figés » par une URL, à un « web de flux » où l'information circule, est détachée de son support et de sa forme initiale (Ertzscheid, Gallezot, et Simonnot 2016, 130).

¹⁵⁹ En cela nous prolongeons l'approche matérialiste décrite à la section *L'expérience dans la théorie matérialiste médiatique de Benjamin*. Pour une discussion de la matérialité des technologies et la description d'une approche sensible tout autant aux appareils médiatiques qu'à leurs aspects sociaux et culturels, on lira l'article de Jonathan Sterne « 'What Do We Want?' 'Materiality!' 'When Do We Want It?' 'Now!' » (2014).

Elles sont conçues pour répondre au foisonnement continu et en expansion de la matière numérique¹⁶⁰. Ce faisant, elles correspondent et contribuent à produire un rapport spécifique au temps. Selon Maurizio Lazzarato (2002), « [d]ans le cinéma, le temps est par définition un temps différé (dans lequel on peut représenter le temps et ses synthèses), tandis que les réseaux électroniques et numériques sont dans le “temps réel” de la production du temps social (son jaillissement et son renouvellement continu) » (30)¹⁶¹. Attentif à cette affinité du numérique avec le temps réel, il convient de prendre en compte le travail à la fois humain et machinique à l’œuvre au sein des processus visant à donner à voir les films sur les catalogues cinéphiles.

On a bien deux régimes différents qui régulent l’accès aux films : la mise en forme des contenus (principalement par des listes et des mosaïques de vignettes) et les processus algorithmiques de recherche et de prescriptions basées sur la génération de recommandations. La distinction entre deux logiques distinctes au sein du capitalisme qu’opère Maurizio Lazzarato (2006) est ici pertinente. Il se réfère au « pluralisme sémiotique » de Félix Guattari que nous évoquions déjà avec les thèses de Neal Thomas. La première logique serait celle de la production d’un ordre sémantique (notamment par la langue) dont découlent des processus de subjectivation. La seconde, sur un niveau en quelque sorte infra-signifiant, renverrait au « registre machinique organisé par des sémiotiques a-signifiantes » ([s.p.]). Lazzarato appelle à prendre de la distance avec la centralité du langage, afin de mieux appréhender les *énonciations déterritorialisées et machino-centriques* du capitalisme.

Si les sémiotiques signifiantes ont une fonction d’aliénation subjective, d’« assujettissement social », les sémiotiques a-signifiantes ont une

¹⁶⁰ Thomas Elsaesser (2008) traite, par exemple, des liens et renvois présents sur YouTube et constate le rôle majeur des algorithmes face à des informations de plus en plus fragmentées et dispersées.

¹⁶¹ Par « réseau électronique », Lazzarato désigne la vidéo à l’exception de son utilisation au sein du système télévisuel. Ce dernier, un *dispositif de pouvoir*, ne donne pas accès au temps, c’est-à-dire à l’imprévisibilité de la « création, du choix, de l’évènement » (2002, 30).

fonction d'« asservissement machinique ». Les sémiotiques a-signifiantes opèrent une synchronisation et une modulation des composantes pre-individuelles et pre-verbales de la subjectivité, en faisant fonctionner les affects, les perceptions, les émotions etc., comme des pièces, des composantes, des éléments d'une machine (asservissement machinique). ([s.p.]

En ce qui concerne nos objets, alors que la première forme d'organisation des contenus tient de l'articulation du sens selon des logiques interrogeables et descriptibles, la seconde échappe au régime sémiotique. La mécanique de son intervention (pourquoi un tel contenu plutôt qu'un autre ? Quelle systématique dans les regroupements proposés ?) est a-signifiante, c'est-à-dire de l'ordre de la machine. Éclairé de ce jour nouveau, cet aspect double renforce la nécessité d'une approche matérialiste de l'offre cinéphile des catalogues. Nous allons voir quelques exemples de ces deux niveaux de contraintes s'exerçant sur les catalogues : les règles (les conditions d'utilisation, par exemple) ainsi que les logiques machiniques (le fonctionnement des systèmes de recommandation). Les études présentées dans les sections qui suivent dressent le portrait de ces contraintes et soulignent leur participation à la circulation de l'information au sein du numérique. Au fil des notions convoquées, leurs apports à la poursuite de notre recherche sont explicités.

La notion de *protocole* permet de décrire un type d'organisation de l'information, au sens où celle-ci recoupe, à l'instar du terme *plateformes* que nous évoquions dans notre problématique, à la fois des constructions logicielles et des ensembles de règles plus ou moins transparentes. Selon Alessandra Renzi (2015), les protocoles, ensembles de normes techniques et sociales, modulent — stratifient et hiérarchisent — la circulation des contenus en agissant en priorité sur la visibilité de ceux-ci. La notion de protocole recouvre aussi bien des normes techniques, comme le standard TCP/IP aux fondements des échanges électroniques constituant le web, et des normes sociales, que l'on appelle parfois *nétiquette*. Dans le cas de la vidéo par abonnement,

on peut penser aux normes qui régissent les échanges, que cela concerne la formulation des commentaires à l'issue du visionnement, l'expression des goûts personnels ou le partage de contenus sur les films.

On peut déjà rapprocher cette topographie des échanges en ligne à l'idée de *milieu*, tel qu'elle parcourt les travaux de Terranova, Stiegler et Déotte. L'étude de l'articulation du réseau ainsi proposée par Renzi révèle les interactions, les dépôts d'attention, mais aussi la trame de liens qui va permettre, en quelque sorte à rebours, de revenir sur les contenus par le parcours renouvelé d'un ensemble de renvois entre les pages.

Les algorithmes sont des programmes, opérant sur un mode itératif et destiné à la résolution de problèmes complexes. Par l'application répétitive de règles formelles, ils permettent de transformer des séries de données pour faire ressortir des motifs structurants ou des corrélations liant ces ensembles entre eux (Thomas 2012). Avec Elizabeth Van Couvering (2008), Astrid Mager (2012) observe comment l'idéologie capitaliste s'ancre dans le fonctionnement même des moteurs de recherche.

How the « new spirit of capitalism » (Boltanski and Chiapello 2007 [2012]) gets aligned with and woven into mathematics of search algorithms and how website providers and users comply with and stabilize this dynamic (Mager 2012, 770).

Mager insiste sur le rôle des utilisateurs et des différents acteurs de l'économie numérique dans le renforcement du mode de fonctionnement des moteurs de recherche. En effet, plus les usagers trouvent des contenus par leur intermédiaire, réciproquement plus les besoins en termes de visibilité du côté des sites Internet et de leur effort marketing sont satisfaits, plus l'efficacité de la machine se renforce. À cela, on peut ajouter que le bon fonctionnement des algorithmes, de Google par exemple, dépend d'une lutte continue autour des logiques de référencement.

La mise en valeur des catalogues des services de vidéo par abonnement semble passer par ce type de logique¹⁶². Non seulement les gestionnaires de ces sites Internet doivent travailler à rendre les contenus compatibles avec les robots d'exploration (Van Couvering 2008) qui cartographient le web pour les moteurs de recherche, ils doivent aussi optimiser leurs sites, dans un effort continu pour s'assurer du trafic et de la visibilité.

Cette exigence de compatibilité transcende les différentes strates des catalogues pour s'appliquer à tous les niveaux : la structure des sites Internet (et donc les possibilités de navigation offertes), le traitement et la présentation des textes, images et vidéos contextuels, jusqu'aux films eux-mêmes dont les descriptions, les métadonnées associées, les formats, les encodages mêmes, se doivent de répondre à un ensemble de codes et de lignes directrices. Ainsi, les algorithmes de Google performant et contribuent à imposer une série de protocoles. À ce sujet, Neal Thomas (2012) parvient à ouvrir une nouvelle piste dans la compréhension de la manière avec laquelle ces algorithmes influencent le parcours des internautes sur le web et, par-là, modulent, au sens développé par Gilles Deleuze (2003) à propos des sociétés de contrôle, les aspirations des individus. Thomas s'intéresse aux représentations schématiques utilisées par les programmeurs des systèmes de recherche, lorsqu'il souhaite modéliser le besoin des futurs utilisateurs de ces machines. En effet, le moteur de recherche capte des informations sur les phases qui ont conduit un groupe d'individus à satisfaire leur désir d'information pour produire une réponse adaptée à d'autres requêtes qu'il juge similaires. Ce processus se déroule en temps réel et en continu. Grâce aux théories de Bernard Stiegler évoquées précédemment, on peut comprendre comment ce signal en retour, issu des pratiques des internautes et

¹⁶² Les propos de l'un des cofondateurs de Fandor autour de la nécessaire visibilité des films de son catalogue sur les réseaux socionumériques pointent dans cette direction, cf. Jonathan Marlow. « Conférence en dialogue avec la cinéaste Caroline Martel », École des médias, UQAM, Montréal, automne 2013.

transformé par la machine, peut venir moduler à son tour les aspirations des utilisateurs. Ce processus s'appuie sur une représentation schématique des besoins : ceux-ci sont émis par des sujets rationnels et peuvent être agglomérés dans de plus grands ensembles selon leurs attributs. Ces prémisses forment la base d'un autre type d'algorithme, les systèmes de recommandation, auxquels les acteurs du numérique ont aujourd'hui massivement recours.

2.5.2 L'influence et les limites des systèmes de recommandation

La plupart des systèmes développés de nos jours reposent sur des filtres collaboratifs (*collaborative filtering*) (Hosanagar et al. 2014). Ceux-ci ont l'avantage de s'adapter facilement à la forte instabilité des liens et des interactions sur le web, ainsi qu'à l'ajout de nouvelles données. De manière similaire aux processus décrits à l'instant, les algorithmes de recommandation récoltent des données sur le parcours des utilisateurs et les utilisent comme base pour effectuer des rapprochements entre eux, mais aussi avec d'éventuelles nouvelles interactions. Bénéficiant des recherches menées dans ce champ depuis plus de vingt ans, ils s'appuient sur la constitution de profils pour appareiller des utilisateurs grâce aux traces de leurs actions et ainsi leur suggérer des contenus appréciés par leurs pairs (Hosanagar et al. 2014). Leur fonctionnement est tenu secret par les entreprises du monde numérique qui les utilisent. Elles sont nombreuses. L'influence de ces algorithmes s'étend sur la lecture (Amazon), la vidéo (Netflix, YouTube), les voyages (TripAdvisor), les applications de rencontre (Tinder) et les forums de discussion (Reddit). À lecture de plusieurs articles spécialisés (notamment écrits par Yehuda Koren, l'un des vainqueurs du concours lancé en 2006 par Netflix pour améliorer son propre système) et de productions plus critiques, on peut dégager quelques éléments constitutifs de ces systèmes.

Premièrement, la tendance semble être à l'agrégation de données provenant de sources de plus en plus disparates et le croisement de plusieurs bases de données (Guo, Zhang, et Yorke-Smith 2015). Deuxièmement, ces systèmes sont appelés à ordonnancer des produits dans une liste finie d'objets ou de services. Ils peuvent donc proposer à l'utilisateur uniquement le meilleur choix parmi un ensemble de possibilités limité (même si considérable) et non pas la suggestion la plus adéquate dans l'absolue. Si l'offre d'un service est pauvre ou les contributions à une plateforme dénuées de sens, le système ne peut que les ordonnancer différemment, mais pas augmenter leur valeur. Une troisième constatation peut être faite à propos de la manière dont est mesurée l'efficacité de ces systèmes. Lorsque les chercheurs exposent leurs méthodologies, et de manière similaire quand Yehuda Koren (2008) propose d'instaurer un standard permettant de mesurer l'efficacité des différents algorithmes en cours de développement, le taux de réussite de la machine est jugé, de manière relativement autoréférentielle, en comparant les résultats avec d'autres systèmes ou en utilisant des tests statistiques. En dernier lieu, l'opacité caractérise ces logiciels. Leur code reste confidentiel et les utilisateurs ne sont pas informés des processus qui ont conduit à la sélection d'un ensemble de produits recommandés (quelles données ont été considérées et selon quels traitements). Grâce à cette opacité, les algorithmes peuvent répondre, en coulisse, à plusieurs finalités (attirer l'attention et entretenir l'intérêt pour le service ou mettre de l'avant certains contenus sponsorisés, par exemple¹⁶³) (Konstan et Riedl 2012).

À l'instar des moteurs de recherche, les systèmes de recommandation influencent donc les échanges par l'intermédiaire de systèmes aux fonctionnements cachés et qui reposent sur des assumptions à propos des choix des individus. Notamment, les

¹⁶³ À noter que certaines de ces finalités peuvent aussi être dictées par les pouvoirs publics. On pense notamment aux directives émises par l'Union européenne à propos de la visibilité des films produits sur le continent au sein des catalogues de vidéo à la demande (Lange 2016).

actions de ces derniers sont toujours perçues comme intentionnelles et sont appréhendées par agrégation des préférences individuelles.

Si les films ont toujours été accompagnés de paratextes, la forme des nouvelles constructions sémantiques visant leur présentation repose sur des agencements visuels (hiérarchisation sous forme de listes ou de grilles) et des effets temporels (enchaînement des contenus en flux continu, rythme des suggestions de visionnement). Les signaux construits à partir de calculs statistiques viennent ainsi compléter l'organisation visuelle des catalogues. Grâce à cette combinaison, les services de vidéo par abonnement semblent avoir trouvé une manière d'exposer la richesse de leurs catalogues, tout en préservant l'adéquation de ceux-ci avec les préférences supposées de l'utilisateur (Finley 2014).

2.5.3 Une médiation qui s'inscrit au sein d'un large système de mobilisation

Inspiré par la lecture des théories benjaminienes de Jean-Louis Déotte, nous avons insisté sur les *techniques d'apparition*, une série de normes qui contraignent la visibilité. Celui ou celle qui souhaite donner à voir des contenus en ligne doit composer avec les logiques de *l'appareil* et le fait que celui-ci impose une esthétique et une temporalité à la circulation des contenus. De fait, si le passage des films sur les catalogues relève d'une « médiation de médiation », celle-ci s'inscrit dans un système plus vaste, le numérique, qui vise son optimisation. La reprise des contenus et des formes d'expérience proposée par les catalogues cinéphiles doit donc aussi se lire au sein d'un mouvement plus large, dont l'objectif est d'incorporer ces intrants au sein d'une gestion axiologique de la visibilité. Le web redouble ainsi, tout en la modifiant, l'une des caractéristiques majeures du cinéma selon Jean-Louis Comolli. Dans un chapitre du livre collectif *The Cinematic Apparatus* (1980), Jean-Louis Comolli

l'assimile aux *machines du visible*, soulignant son implication dans la production du monde comme objet visible¹⁶⁴.

On peut rapprocher ces affirmations de l'anthropologie des techniques développée par Bruno Latour. Dans un article de la revue *Culture technique*, Latour décrit le *régime des images* de la modernité comme un composant majeur du projet d'appropriation du capitalisme et du colonialisme. L'humain se dote d'une série de codes (la perspective, par exemple) afin de faciliter la *mobilisation*, l'enregistrement et l'assemblage des ressources par la mise en image. Afin de comprendre les enjeux soulevés par ladite *mobilisation*, il nous faut revenir brièvement à l'École de la traduction et à la description des différentes phases de cette dernière par Michel Callon. Le sociologue détaille l'une des phases de l'innovation par la technique qu'il nomme *mobilisation des alliés*. Au cours de ce processus, des représentants sont choisis afin de faciliter l'appréhension de populations ou de ressources plus larges dont ils se font les porte-parole. Suivant l'exemple développé par Latour autour des cartes dressées par La Pérouse, on peut penser aux symboles cartographiques conçus pour favoriser le décompte des ressources dans la métropole. En effet, comme le souligne Callon, « [m]obiliser comme le mot l'indique, c'est rendre mobile des entités qui ne l'étaient pas. » (197). Ce *déplacement* est à comprendre dans un sens double, à la fois littéralement, agréger pour mieux étudier et administrer les ressources, mais également, en tenant compte de l'inévitable transformation que ce déplacement implique, choisir des intermédiaires valides et capables de gommer la trop grande disparité des éléments ainsi convoqués. À propos de notre sujet, on peut déjà avancer, dans l'attente d'un développement subséquent, que les vignettes des films alignés sur les pages d'accueil des catalogues semblent jouer un tel rôle de mobilisation des films. Ainsi, les films (leur *transcendance* sous forme de copie

¹⁶⁴ Une participation qui passe, dans le meilleur des cas, par la reconnaissance de sa propre incapacité à tout montrer.

numérique) et leur paratexte se trouvent *déplacés* sur les réseaux, afin de faciliter leur mise à disposition en ligne. Compte tenu des contingences du milieu numérique, cette mobilisation s'effectue en réponse aux exigences du traitement machinique des contenus, ainsi que suivant les protocoles et l'esthétique du web. Inspiré par la proposition de Latour (1985), il s'agira donc d'observer les effets de l'inscription des images dans un régime qui permet de les saisir, de les traiter (accès, visionnement, combinaison) et, surtout, de les accumuler. Cette forme de *mobilisation* des films au sein de la médiation technique du web dépasse largement les catalogues cinéphiles. Elle renvoie au vaste mouvement qui agite aujourd'hui les industries culturelles et de la communication autour de la vidéo par abonnement. L'exploration de notre corpus s'attache donc aussi bien à l'étude des aspects manifestes de la *mobilisation* des films, selon les alliances et les formes de médiation déjà stabilisées au sein du web, que sur les éléments qui dérogent à ces derniers et mettent en lumière, sous un jour différent, la nature de prototype des catalogues cinéphiles. Les services cinéphiles à l'étude tentent également de promouvoir, à contre-courant des *traductions* généralement admises et luttant contre leur *irréversibilité*, des formes originales de *regard cinéma en ligne*.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE D'ANALYSE DE LA MATÉRIALITÉ DES CATALOGUES

Les éléments théoriques traités jusqu'ici seront combinés afin d'identifier le type de regard *appareillé* correspondant à l'expérience cinéma, que nous avons choisi d'appeler le *regard cinéma*. Il s'agit de repérer les mutations qui transforment ce regard lorsque le visionnement des films s'effectue en ligne. L'objectif est de mettre en parallèle les fondements de l'expérience cinéma avec l'offre de visionnement offert par les services cinéphiles de vidéo par abonnement : notamment autour de la projection du film en salle et du *regard tenu dans le temps* qu'elle produit, de l'expérience collective de cette projection, de la construction d'une cinéphilie à travers un ensemble de textes portant sur les films projetés. Selon une approche attentive à la matérialité du numérique, nous souhaitons repérer les aspects qui prolongent ou font contraste avec l'expérience cinéma, révélant de ce fait le potentiel transformateur de cette nouvelle médiation des films de longs métrages. Le présent chapitre décrit l'opérationnalisation de notre recherche et notre méthodologie d'analyse d'un corpus de catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement. Il s'agit de faire le lien entre les concepts repérés précédemment et leur utilisation dans l'étude concrète de la matérialité de ces sites Internet.

À l'aide d'une grille de lecture inspirée par les travaux de Luc Pauwels (2012) et par les méthodologies d'analyse multimodale, on retirera de notre observation de la

forme et du fonctionnement des sites Internet une série d'éléments, capables d'entrer en dialogue avec les thématiques soulevées par la recherche théorique citées à l'instant. Par exemple, certains catalogues semblent s'orienter vers la présentation d'une abondance de choix, celle-ci étant parfois filtrée et mise en visibilité par des algorithmes. D'autres, au contraire, mettent en avant une sélection fine, endossée par des programmeurs ou des artistes invités. Leur offre se limite à quelques titres accessibles pendant une durée déterminée. Les questions de recherche et les axes évoqués à la fin de notre problématique ont été choisis, à la suite d'un premier examen exploratoire de nos objets. Ils constituent des points congruents de la rencontre entre les éléments dégagés par l'observation de notre corpus et les thématiques relevées dans la littérature.

Notre méthodologie emprunte également aux travaux analysant la forme de la circulation de l'information sur les réseaux numériques. Dilip Parameshwar Gaonkar et Elizabeth A. Povinelli (2003) insistent sur la nécessité de dépasser l'étude de la circulation du sens pour s'intéresser à la forme de cette circulation, c'est-à-dire sa matérialité, le fait que les signes sont toujours inscrits dans le social, un contexte donné qui influence leur mouvement, leur reconnaissance et leur mise en valeur. Les deux auteurs, dans un article pour la revue *Public Culture*, appellent à considérer les *environnements* de circulation des formes culturelles, afin d'appréhender leur fonction dans la manière avec laquelle les sujets vont recevoir les textes. Leur conception de l'influence de ces *environnements* peut être rapprochée de notre notion de milieu : « [...] social life is understood to be composed of interlocking, multifunctional diagrams that act as demanding environments on subjects, texts, and practices » (395). Pour Gaonkar et Povinelli, il faut donc déplacer le point focal de l'analyse depuis l'observation des processus de traduction du sens vers l'étude, plus large, des processus qui permettent leur circulation. Celle-ci implique le passage d'un *environnement* à l'autre et renvoie à une série de *contextes* et de *conditions* qui

déterminent la possibilité d'un tel passage. On peut relever ici la correspondance de cette idée avec notre conception large de la distribution ; considérer comment les textes circulent, mais aussi comment cette circulation contribue à former et préparer les audiences. Évoquer la *forme* de la circulation des produits culturels revient donc, selon notre conception, à adopter une lecture matérialiste. Cette dernière marque les différentes étapes de notre recherche aussi bien que notre méthodologie.

Observer ainsi la forme de la circulation des produits culturels permet de repérer l'influence des logiques du numérique sur la temporalité de l'expérience cinéma, son recours à la mémoire cinéphile, ainsi que sur la composante collective de cette expérience, dans le partage du plaisir de regarder les films et son ouverture vers une manière de voir le monde. Tous ces éléments sont abordés dans notre cadre théorique et leurs mutations mettent en lumière la médiation qui s'exerce sur le regard cinéma lors du passage des films en ligne. Afin de mettre en application cette idée et à la suite de la proposition de Nathalie Casemajor (2014), on prendra la notion de forme dans son acception la plus littérale en nous intéressant à la matérialité des sites Internet et en nous employant à un décodage culturel (*cultural decoding*) de ceux-ci (Pauwels 2012). Selon nous, la matérialité des catalogues cinéphiles accueille, performe et permet d'appréhender certains aspects de la circulation en ligne des longs métrages cinématographiques.

3.1 Corpus et collecte de données

Notre observation vise un groupe de services de vidéo par abonnement répondant aux critères suivants. Premièrement, la majeure partie de leur catalogue doit être constituée de longs métrages cinématographiques. Nous nous intéressons à la *relocalisation* du cinéma en ligne, donc à la mise en circulation par cet intermédiaire d'objets audiovisuels produits en vue d'une projection sur grand écran. Ce critère permet d'écarter les plateformes de diffusion vidéo généralistes du type YouTube ou

Vimeo, ainsi que les extensions en ligne des chaînes TV (payantes ou conventionnelles, tel que Tou.tv) ou les offres développées par les câblodistributeurs (club illico (Videotron), Superécran (Bell), etc.). Au sein des plateformes généralistes, les films sont traités comme d'autres types de vidéo. Leur présentation perd en spécificité et peu de contenus paratextuels les accompagnent (ceux-ci peuvent se trouver ailleurs sur le web, mais les plateformes ne jouent pas de rôle de producteur ou d'intermédiaire dans leur agrégation autour des œuvres). Les diffuseurs conventionnels et les fournisseurs Internet, quant à eux, ajoutent les films à leur catalogue dans le but d'étoffer leur offre *replay* (possibilité de rattrapage de la diffusion linéaire des émissions maison). Ils offrent également des séries télévisuelles. Là aussi, ces entreprises fournissent relativement peu de contenus contextuels et ne semblent pas faire d'effort significatif de curation et de programmation des œuvres. Cet effort de curation et la présence sur les sites Internet de textes présentant les œuvres selon un point de vue cinéphile ou critique représentent le deuxième critère de sélection. Le troisième et dernier critère renvoie à la forme de l'abonnement. Celui-ci doit représenter le principal moyen d'accès aux films des catalogues¹⁶⁵. La vente au titre, l'échange de fichiers de pair-à-pair (P2P)¹⁶⁶ ou la diffusion en continu financée par la publicité seront ainsi écartés. Par contre, ces différents modes de consommation contextuels pourront nourrir notre réflexion. Les forums cinéphiles de discussion (avec ou sans échange de fichiers) constituent, à ce titre, un bon contrepoint à la structure et au fonctionnement de l'offre payante.

Suivant les critères énoncés, notre corpus regroupe les services suivants :

¹⁶⁵ Les représentations que les catalogues cinéphiles associent à la forme de l'abonnement sont décrites à la section *La programmation des catalogues : présentation des sélections et exploration de l'offre*.

¹⁶⁶ Des logiciels facilitant l'utilisation de ces réseaux d'échanges ont fait leur apparition. Stremio et Popcorn Time émulent, par exemple, la forme du catalogue de Netflix et l'expérience du visionnement en continu des films.

BFI Player (Royaume-Uni), *LaCinetek* (France), *Fandor* (Amérique du Nord), *Filmatique* (États-Unis), *FilmStruck* (États-Unis), *Mubi* (plusieurs pays), *SundanceNow* (Amérique du Nord), *Tènk* (France), *The Criterion Channel* (États-Unis), *Warner Archive* (États-Unis).

Loin de viser l'exhaustivité, cette sélection se veut le reflet de la diversité de l'offre. On y trouve des volets en ligne de grands festivals, des projets proches ou directement liés à des archives ou des cinémathèques, ainsi que des indépendants. Certains catalogues sont davantage orientés vers les classiques du cinéma, le documentaire, ou encore, le cinéma indépendant ou de genre, sans qu'aucun catalogue ne se consacre entièrement à un genre particulier¹⁶⁷. Ce choix reflète notre volonté d'observer le fonctionnement de catalogues que l'on peut décrire avant tout comme cinéphiles, c'est-à-dire que cette épithète de portée générale précède leur penchant plus ou moins appuyé pour une forme de production cinématographique plutôt qu'une autre. D'ailleurs, la taille du corpus nous semble adéquate pour appréhender à la fois la diversité des offres proposées et le poids respectif des différents acteurs et solutions fournies. Elle permet, en outre, une exploration en détails des différents éléments qui composent ces catalogues numériques.

La manière avec laquelle les services proposent de naviguer dans leurs catalogues de films ainsi que les possibilités de consultation de ceux-ci et des contenus liés est au centre de nos préoccupations. Notre but est ainsi d'observer le fonctionnement de chacun des catalogues cinéphiles. On porta une attention particulière à la façon dont ceux-ci donnent accès aux contenus culturels : par la mise en visibilité des films, l'organisation de l'accès au visionnement des copies numériques, l'articulation des paratextes préparant ou entourant le visionnement. Ces derniers jouent ici un rôle

¹⁶⁷ C'est le cas pour d'autres services qui se concentrent plus directement sur un genre : Shudder (horreur), Crunchyroll (anime) ou Brown Sugar (blaxploitation).

crucial, surtout si l'on considère, au-delà du sens qu'ils convoient, leur rôle dans la préparation des audiences à recevoir le film (selon les travaux de Gray (2010) et notre conception de la distribution comme la constitution et l'entretien des audiences) ; la manière avec laquelle leur agrégation dans la structure des catalogues (leur positionnement, leur mise en valeur, les liens tissés entre ces contenus et les longs métrages proposés) participe de la matérialité de ceux-ci et de l'offre de regard cinéma proposée par les catalogues cinéphiles.

Afin d'analyser ces différents aspects des catalogues, nous nous inspirons des travaux de Luc Pauwels (2012) qui propose un modèle pour le décodage culturel (*cultural decoding*) des sites Internet. Selon lui, le web constitue : « [...] a highly hybrid multi-authored cultural meeting place, connecting offline and online practices of different cultures in transition. » (260) et requiert donc une méthodologie spécifique. Privilégiant une approche descriptive, qualitative et sensible aux aspects implicites, Pauwels propose de mettre en lumière les différents blocs de contenus et les effets souhaités ou fortuits de leur sélection et de leur agencement. Il construit une grille de lecture qui pointe notamment vers les éléments suivants : les choix stylistiques dans la présentation des contenus visuels et sonores, les conditions matérielles de cette présentation (format vidéo, résolution, etc.), les points de vue exprimés ou latents, l'organisation de l'information et les possibilités de navigation au sein du site, ou encore, les liens extérieurs pointant vers un ensemble contextuel de publications. La collecte de données s'effectue donc à l'aide d'une grille de lecture (en annexe) inspirée de la proposition de Pauwels. La description des sites Internet prend la forme d'une analyse intra- et multimodal (Adami 2015; Alvin 2016; Lemke 2002; O'Halloran 2011) des pages Internet et de leur organisation (Djonov 2007; Djonov et

Knox 2014; Knox 2007)¹⁶⁸. Nous notons en particulier : les choix formels et l’habillage graphique des pages qui présentent les films (souvent selon un modèle répétitif), les possibilités de navigation à l’intérieur des catalogues et vers d’autres sources de contenus sur le web, les éventuels *parcours* (Adami 2015) proposés autour des films¹⁶⁹, la circulation des contenus à travers le site, c’est-à-dire le positionnement de celui-ci au sein des flux de données numériques (reprise contre production originale de paratextes et des données sur les films, renvoi vers les sources, etc.), enfin, le recours aux algorithmes de filtrage, de recherche et de recommandation et leur influence sur la consultation des contenus. Ce dernier point est abordé selon deux angles : le premier par la consultation des conditions d’utilisation des catalogues et des indications fournies par ces derniers à propos des données d’usage qu’ils collectent, le second, indirectement par la description des processus de récupération et de saillance des contenus, de la manière avec laquelle une partie de la navigation des internautes se trouve *modulée* par des interventions machiniques. Nous observons aussi la place et de l’importance donnée à deux manières d’interagir sur Internet. Elisabetta Adami (2015) introduit, en effet, une dichotomie afin de bien différencier les interventions de l’internaute sur le texte ou les contenus (interactivité) de celle qui l’amène à entrer en rapport avec d’autres utilisateurs (interaction). Mesurer le poids relatif de la première sur la seconde permet d’éclairer sous un jour différent les espaces numériques et certaines sections des catalogues en ligne. Les rapports interpersonnels y sont rares (Munster 2013) ou tout du moins fortement asynchrones (du fait du temps écoulé entre la rédaction et la lecture des commentaires). Ces tendances contribuent à dessiner des territoires numériques où les abonnés se retrouvent fréquemment en seul contact avec la machine.

¹⁶⁸ Les apports respectifs de ces auteurs sont détaillés dans les pages qui suivent et dans notre grille de lecture.

¹⁶⁹ Elisabetta Adami pointe ici vers la possibilité offerte à l’internaute de se construire ses propres *chemins de lecture* à travers le contenu présenté par le site.

3.1.1 De quelques outils

Dans le cadre de cette recherche, plusieurs outils sont mis à contribution, des logiciels adaptés à la nature réticulaire et toujours en mouvement de la matière visuelle et hypertextuelle que nous souhaitons capturer. Leur évocation se limite ici à une brève mention et à la description de leur fonction au sein de notre démarche. Elle permet d'aborder les aspects les plus pratiques de notre méthodologie et de donner un aperçu des différentes stratégies que nous avons développées de manière *ad hoc* et qui forment un assemblage de plusieurs emprunts au sein des méthodes qualitatives, du moissonnage de données (*web scraping*) et de la visualisation de données. À chaque fois le choix d'un outil particulier découle de son adéquation avec l'un des besoins découlant de la rencontre entre les questions de recherche et le corpus. Considérons, par exemple, l'idée de la double circulation. Pour rappel, il s'agit de considérer aussi bien la navigation par les internautes au sein des contenus que la circulation de ces derniers. Comment les textes, images et vidéos qui forment les paratextes des versions numériques des films circulent eux aussi à travers les sites Internet. Repris à partir d'autres sources en ligne et hors ligne, ils peuvent être reformatés, transformés, adaptés à un nouvel usage éditorial. Afin d'observer l'un des pans de cette double circulation, celle qui concerne les contenus, nous avons cherché des outils capables de retracer les contenus présentés, de fournir des indications sur leur préexistence éventuelle sur le web. Les outils se logent donc au croisement entre les questions adressées aux objets à l'étude et les éléments renvoyés par ceux-ci, d'où la pertinence de les évoquer brièvement ici tout aussi bien que la nécessité de considérer les biais que leur utilisation induit inévitablement dans notre analyse. À propos de notre exemple tout juste abordé, on peut évoquer la difficulté de repérer par l'intermédiaire d'outils web la préexistence de contenus qui se trouveraient hors ligne (voire seulement partiellement indexé), dans des catalogues de festival, des coffrets DVD, etc.

Notre collecte de données repose en grande partie sur l'analyse des aspects esthétiques et de l'organisation formelle des pages Internet des catalogues cinéphiles. Dans cette tâche, l'extension du navigateur Chrome de Google intitulée *Full page screen capture* joue un rôle crucial. Elle permet la capture et l'exportation des pages sous la forme d'une image PNG. Tous les services de notre corpus ont choisi une mise en page verticale. En accord avec une tendance générale sur le web, les contenus sont présentés les uns en dessous des autres et peuvent être consultés en faisant défiler l'écran verticalement. Cette mise en page rend difficile la capture des pages en entier et leur manipulation subséquente dans le cadre de l'analyse. Avec *Full page screen capture* l'on peut contourner le problème en produisant de longues images (au sens littéral, des rectangles très allongés) reproduisant l'entièreté des contenus visibles. Nous choisissons de nommer ces échantillons « carottes » par analogie, certes un peu lointaine, avec les cylindres de glace extraits par forages dans les régions arctiques. Une fois archivées, ces carottes permettent de systématiser la description des différentes sections des sites web. Elles retiennent une trace visuelle de l'état des catalogues à un moment de leur histoire. Leur utilisation et leur conservation se justifient compte tenu de la forte sensibilité temporelle du *milieu du web*. Comme nous l'avons vu, le design des catalogues évolue, certaines caractéristiques ou fonctionnalités proposées disparaissent, plus difficile encore, des services entiers ferment leurs portes. Par contre, ce logiciel se limite à retranscrire le contenu visuel de la page. Il ne capture pas les liens, les balises HTML et le code derrière l'affichage des éléments. La recherche au sein de ceux-ci s'effectue donc en direct, en consultant les sites et en parcourant les codes sources de leurs pages. Nous utilisons une méthode de repérage et de référencement mnémotechnique modestement inspirée du travail du réalisateur formaliste Gustav Deutsch. Elle consiste à dessiner, de manière complémentaire à la prise en note des aspects esthétiques des pages, une rapide esquisse de la structure de celle-ci. Cela permet de

repérer et de regrouper plus facilement les motifs et les structures générales présents dans les maquettes graphiques des catalogues.

La sélection de titres présentée, leur affichage ou leur disponibilité diffère selon la position géographique de l'internaute. Nous connaissons la raison principale de ces variations qui découle de la négociation des droits numériques par territoire. Elle se double d'aspects techniques et liés à la programmation. Certains catalogues ne sont pas accessibles au Canada, d'autres, présents dans différents pays, choisissent de proposer des titres adaptés aux audiences locales. C'est le cas notamment de Mubi. Afin d'avoir accès aux catalogues et d'avoir un aperçu de ces variations, l'utilisation d'un VPN permet de « passer » par des serveurs d'autres pays et de simuler la consultation du site par un internaute local.

Nous avons abordé la question de la circulation des contenus. Même si nos objets offrent généralement plus de paratextes dans leur catalogue que les grands joueurs de la vidéo par abonnement, comme Netflix ou Apple TV+, cela n'implique pas que ces contenus d'accompagnement se trouvent sous la forme de texte. L'image occupe une place prépondérante – nous verrons que son usage dans les catalogues se cristallise autour de la figure de la vignette. Grâce au service en ligne de recherche inversée d'images, TinEye, les illustrations choisies pour représenter les films dans les listes des catalogues peuvent faire l'objet d'une recherche sur le web, afin de trouver des images similaires. Le logiciel, qui fonctionne par reconnaissance d'image et non par mots-clés ou par métadonnées, repère aussi les recadrages, mises à l'échelle et éditions appliqués sur le motif visuel original. La liste des résultats présente ensuite la date de publication de chaque instance et donne une idée de leur chronologie. À partir d'échantillons des vignettes présentées dans les catalogues de notre corpus, on peut ainsi appréhender le ratio d'illustrations inédites par rapport aux différentes reprises. Pour les textes qui font une rapide présentation, le plus souvent élogieuse, du film, la méthode est similaire. Il s'agit de coller des extraits de textes dans un moteur de

recherche et de remonter la piste de leur diffusion en ligne. À noter encore, ces méthodes ne révèlent pas nécessairement la source exacte de la reprise ou son origine, mais donne une indication sur la préexistence sur le web des textes et images convoqués. Cela s'inscrit dans notre recherche d'une manière d'appréhender le rôle de producteur de paratextes des catalogues cinéphiles, faire la pesée de leur action entre un rôle d'intermédiaire, ou plus exactement d'agrégateur, et celui de médiateur culturel qui génère ses propres contenus éditoriaux.

Au-delà de l'application de notre grille de lecture, un volet de notre recherche se déroule également dans la fréquentation des espaces et de leur contexte culturel. Que cela soit par renvoi hypertextuel depuis les catalogues ou au cours de la revue de presse, plusieurs autres sites de la nébuleuse cinéphile en ligne font l'objet de consultations. Leur capture et leur classement s'effectuent par l'application Onenote de Microsoft. Ce dernier logiciel est également mis à contribution pour mener des investigations ciblées à partir des contenus paratextuels, suivre la trace d'une vidéo fournie en bonus sur The Criterion Channel, par exemple, ou remonter la piste d'une indication erronée dans les crédits de la restauration couleur du *Voyage dans la Lune* (1902) de Georges Méliès sur Fandor.

3.1.2 Adaptation de la méthode au corpus

Il est encore important de noter deux aspects qui se sont révélés au cours l'étude des sites Internet du corpus. Premièrement, nos observations ne se sont pas limitées aux seules pages web des catalogues. Plusieurs points de la grille ont nécessité de puiser dans d'importantes revues de presse autour des services et de leurs offres en ligne, ainsi que dans les communiqués de presse émis par ceux-ci. Deuxièmement, constatant que la plupart des textes d'accompagnement des films, ceux situés sur la page du titre lui-même correspondent souvent au synopsis fourni par le distributeur de la copie numérique ou par la compagnie de production, nous avons cherché, au-

delà de ces courtes descriptions relativement standardisées, d'autres productions textuelles produites par les catalogues. À la suite de ce premier retour sur notre corpus, nous avons donc ajouté à nos observations effectuées par la grille de lecture, un volet d'exploration des infolettres envoyées aux abonnés des services. Les infolettres ont l'avantage de s'adresser directement à ces derniers et favorisent ainsi l'observation de l'action de mise en valeur des films par les catalogues. Cette partie de la recherche repose sur une méthodologie inspirée de l'analyse thématique de contenu (Paillé et Mucchielli 2012). Elle vise les textes des infolettres envoyées aux abonnés de quatre services de notre corpus (Mubi, Fandor, Sundance Now et BFI Player) entre octobre 2016 et mai 2018 (environ 300 courriels)¹⁷⁰. Les deux étapes de la recherche précitées, la revue de presse et l'analyse des infolettres, ont été menées à l'aide du logiciel Nvivo.

La consultation et le visionnement des infolettres et des paratextes présents sur les catalogues ne sauraient être exhaustifs. On procède ici par échantillonnage devant les quantités importantes de contenus produits. Au fil de notre lecture, nous avons rapidement pu faire deux constats, qui ont ensuite guidé notre exploration des discours cinéphiles produits par les catalogues. Au fil de la lecture, on parvient relativement vite à dégager des textes le format qui sous-tend différents sous-ensembles d'entre eux, par catalogues, suivant leur positionnement dans les sections des sites web ou alors, comme nous allons le voir selon quatre grandes catégories : les contenus promotionnels, les billets de commentaires, les articles critiques et les contenus externes ou d'archives. Par format, il faut comprendre ici un ton récurrent, une idée des moyens déployés par les auteurs (ampleur de la recherche historique

¹⁷⁰ Pour pallier l'impossibilité technique de récupérer les infolettres du service Warner Archive, nous avons lu les nouvelles produites par celui-ci sur un blog dédié. Les infolettres des autres services ont été écartées, soit parce qu'elles n'étaient pas aisément accessibles, soit du fait qu'elles ne contenaient pas de contenus originaux, se bornant à reprendre de très courts synopsis des films.

effectuée) et du type de discours cinéphile ou critique¹⁷¹ auquel on peut rattacher la contribution. En lien avec cette constatation, le repérage des formats des paratextes est facilité par le fait que l'analyse des paratextes arrive vite à saturation ; une fois un format repéré, on le retrouve de manière récurrente dans les productions paratextuelles de chaque catalogue. Cela est d'ailleurs valable autant pour les contenus textuels que pour les capsules audiovisuelles, fournies sous forme de bonus, par exemple.

3.1.3 Étudier les sélections de titres ou comment aborder la quantité

Plusieurs des travaux récents portant sur les services de vidéo par abonnement attachés à la diffusion du cinéma indépendant butent sur l'impossibilité d'étudier directement les sélections de titres proposées. Les catalogues ne transmettent pas les listes des titres, qui d'ailleurs changent au cours du temps. Les chercheurs contournent le manque d'information en s'appuyant sur les catégories de genre annoncées dans les communications des services ou en décrivant les sélections de titres depuis leur énumération dans les pages des catalogues à un moment donné¹⁷². Nous avons cherché à dépasser ces limitations en rassemblant une liste complète des titres offerts au visionnement par chaque catalogue. La capture des données s'effectue alors par les méthodes du *web scraping*, c'est-à-dire l'extraction des données renvoyées au navigateur lors de la consultation des pages¹⁷³. Deux méthodes sont utilisées à cette fin : les fonctionnalités `importHTML` et `importXML` de la suite logiciel Google drive et de petits scripts de capture développés en langage python à l'aide de l'environnement de développement Anaconda. Les données recueillies

¹⁷¹ Pour une explication de la distinction que nous proposons entre les deux, voir *Par la cinéphilie et la critique*.

¹⁷² À titre d'exemple, on peut référer au classement des services de vidéo par abonnement par spécialités (Thuillas et Wiart 2019), l'étude de la programmation de Mubi à une date donnée (Smits et Nikdel 2019) ou à l'analyse des catégories de genre de la vidéo par abonnement (Delaporte 2019).

¹⁷³ Nous remercions le professeur de l'École des médias, Jean-Hugues Roy, pour ses enseignements.

(principalement titre, date, réalisateur, pays de production des films) sont ensuite visualisées et analysées à l'aide du logiciel Tableau. Il faut relever ici que les informations sur les films collectées se limitent à des données déjà présentes sur d'autres plateformes (de l'Internet Movie Database (IMDb) à Rotten tomatoes en passant par les catalogues des institutions bibliothécaires, etc.) et ne concernant pas les indications produites par les catalogues eux-mêmes pour chaque film. Seules les sélections de titres sont propres à chaque catalogue et font l'objet de notre étude¹⁷⁴. Ce volet de notre méthodologie repose sur un important travail de développement d'une marche à suivre de collecte, de traitement et d'analyse des données. Celle-ci s'est construite au fil de plusieurs allers-retours entre la programmation sur mesure de petits scripts de capture, le nettoyage des données (harmonisation des dénominations de lieux, recherche des informations manquantes pour certains titres à partir de la réconciliation des tables avec des fichiers d'autorité – Fichier d'autorité international virtuel (VIAF) et Wikidata, agrégation des différentes sources de données), et enfin, leur visualisation dans des tableaux et des graphiques. D'ailleurs, notre exploration n'a pas recours à des calculs statistiques dans le but d'inférer des résultats. La création de graphiques à partir des sélections de titres proposées vise plutôt le repérage de tendances (périodes de l'histoire du cinéma favorisées, régions géographiques, cinéastes de renom) et d'éléments à creuser dans le cadre de nos questions de recherche.

Pour cette exploration des sélections de titres, les données ont été collectées entre novembre 2018 et août 2020. La programmation de Mubi a nécessité un traitement spécifique du fait de sa mise à jour quotidienne et de la petite sélection de titres

¹⁷⁴ Notre utilisation de ces données reste strictement non commerciale et à des fins de recherche. À propos des enjeux entourant l'utilisation du moissonnage de données, on consultera l'article *No Robots, Spiders, or Scrapers: Legal and Ethical Regulation of Data Collection Methods in Social Media Terms of Service* (Fiesler, Beard, et Keegan 2020).

disponibles à un moment donné. Nous avons actualisé l'échantillon en utilisant les archives de la Wayback machine, afin de reconstituer une sélection de 325 titres. Dans le cas de Fandor, nous avons également dû composer avec la suspension des opérations du catalogue en 2018. Nous avons choisi de capturer l'entièreté des titres listés dans le plan du site, conscients que certains parmi ceux-ci n'étaient plus disponibles à la consultation au moment de notre collecte. Nous souhaitons ainsi pallier les éventuels retraits de films du catalogue lors de sa mise en dormance, en capturant une image générale de la sélection proposée par celui-ci. Pour des raisons de faisabilité et du fait de certaines limitations techniques, seuls les catalogues suivants font l'objet d'une telle collecte de données : BFI Player, Fandor, LaCinetek, Mubi, Sundance Now, The Criterion Channel¹⁷⁵.

3.2 Analyse et mise en perspective

Nous allons voir comment chaque service se positionne par rapport aux thématiques repérées dans notre cadre théorique. Ces thématiques constituent autant de lignes de force qui parcourent l'expérience cinéma et qui produisent, selon notre lecture, une manière spécifique de donner à voir et donc de regarder. En ce sens, elles permettent aussi de désigner les éléments qui sont en jeu lorsque le cinéma se consomme, non plus dans la salle, mais sur le web. Selon la perspective ouverte par les études qualitatives (Rose 2016), notre objectif n'est pas de répondre à une série d'hypothèses. Il s'agit plutôt d'explorer les capacités heuristiques d'une série de questions posées à mes objets depuis les grandes thématiques dégagées par la littérature. Ces dernières constituent autant de points de vue à adopter sur les catalogues cinéphiles.

Dans un dernier chapitre, les résultats de l'étude du corpus sont mis en contexte et

¹⁷⁵ Filmstruck et Warner Archive ne sont pas inclus pour des raisons techniques, Tènk du fait de l'orientation différente du catalogue vers le cinéma documentaire.

discuter à l'aune des changements importants induits par la pandémie de coronavirus en 2020. Enfin, les résultats sont replacés au sein d'une perspective historique exposant les mutations récentes et sur le long terme du cinéma. L'émergence de la télévision comme nouveau débouché pour les catalogues de films des grands acteurs de l'industrie cinématographique dès les années 1950 fournit ici un riche point de comparaison. Afin de développer celui-ci, cette recherche puise dans les études menées autour des relations entre le cinéma et la télévision à l'époque (Clair 1951; Davis 2008; Delavaud 2007; Gras 2002; Stokes 1999; Wasko 2003), le contexte entourant l'avènement du nouveau média (Boddy 1990; Spigel 1992), les enjeux liés plus particulièrement à la programmation des longs métrages sur les ondes (Lafferty 1990; Paci 2013) et l'accès restreint aux collections des distributeurs établis (Hoyt 2014). Il en sera de même pour la période d'émergence de la diffusion sur vidéogramme, que cela soit du côté des ventes et des locations des films (Benson-Allott 2013; Herbert 2014), de leur circulation informelle (Besser 2013; Hilderbrand 2009; Lobato 2012) et des premiers temps de leur mise en ligne (Herbert 2011; Tryon 2013). Il s'agit de tisser des liens entre l'expérience cinéma, son histoire (centrale, comme on l'a vu jusqu'à présent dans notre définition de l'expérience cinéma) et l'offre de regard proposée par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement.

CHAPITRE IV

DÉVELOPPEMENT : L'ESTHÉTIQUE, LES DISCOURS ET LES TECHNOLOGIES DES CATALOGUES CINÉPHILES

Nous l'évoquons à l'étape de notre problématique, la présente recherche souhaite mettre les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement à l'épreuve de la *relocalisation* du cinéma. Sont-ils capables de former des espaces propices à cette dernière? Afin d'approcher le type de regard offert par ces services, nous avons évoqué des constituants de trois ordres : esthétique, touchant aux discours déployés par les catalogues et technologique. Le premier axe de résultats issus de notre étude du corpus se penche plus particulièrement sur les choix esthétiques des catalogues et leur répercussion sur la présentation des versions numériques des films. Les deux sections suivantes s'intéressent aux ordres de constituants des axes 2 et 3. Ainsi, la section 4.2 décrit les sélections de titres proposées par les catalogues et leur inscription dans la programmation par leur mise en valeur cinéphile. Quant à la troisième, elle se penche sur le recours aux outils du web que sont les systèmes de recommandation et les algorithmes, ainsi que sur la matérialité de la circulation des données et des abonnés dans les pages des catalogues.

4.1 Une esthétique des catalogues optimisée pour mieux mobiliser les films (axe 1)

Prise de manière pragmatique, la question de l'esthétique de la diffusion des longs métrages sur les catalogues renvoie à des partis pris formels, des choix de couleurs, des formes d'agencement des contenus, des stratégies de présentation des titres et de mise en saillance de certains contenus. Il s'agit ici de comprendre quelles influences marquent les maquettes graphiques des catalogues, d'appréhender la place occupée par le *design* et les outils du web, mais aussi par d'autres formes de présentation et de mise en visibilité des films. Nous étudions ces éléments formels et leur organisation au sein de l'esthétique des catalogues, non seulement afin d'appréhender leur contribution à « l'enrichissement » de l'expérience de visionnement, selon les discours entourant la réactualisation du cinéma en ligne que nous évoquions au début de notre cadre théorique, mais également afin de tirer des conclusions à propos de leur agencement dans la surface des pages web. La forme des catalogues concourt, en effet dans notre lecture, à l'organisation des éléments constitutifs du *regard cinéma en ligne*. L'articulation des versions numériques des films au sein des éléments graphiques qui les entourent renseigne sur une partie des relations qui forment ce dispositif¹⁷⁶.

Au fil de la recherche, il arrive que l'on tombe sur des cas particulièrement marquants qui permettent d'embrasser une large part des éléments à l'étude. C'est le cas de la page d'accueil du catalogue Sundance Now, et ce, non pas parce qu'elle se démarque d'une manière ou d'une autre (voir Annexe B)¹⁷⁷. Elle se place, au contraire, du fait de sa composition, ses couleurs et la tonalité de ses contenus textuels en conformité

¹⁷⁶ Ces éléments sont également en lien, bien sûr, avec les choix proposés à l'internaute, les stratégies des services, les discours et les conceptions qui entourent l'expérience de visionnement, des aspects que nous abordons plus spécifiquement dans les deux autres sections de notre développement.

¹⁷⁷ Nous décrivons une version de la page datée d'avril 2018.

avec les codes esthétiques dominants du web. Un temps extension sur le web du festival dont il emprunte le nom, Sundance Now a évolué tout en continuant à profiter de l'aura associée à la marque. À l'origine orientée particulièrement vers le documentaire, l'offre s'adresse aujourd'hui à un plus large public et comporte aussi des séries télévisées. La page d'accueil du catalogue est fortement marquée par la présentation marketing du service. Outre la barre de navigation en haut et le pied de page (qui comporte des liens vers les informations de contacts et les aspects légaux notamment), la page se divise en quatre sections. En dessous de la barre de navigation du site, on trouve une image de couverture représentant une femme couchée dans l'eau. Du sang coule de sa main et se dilue dans ce qui semble être une luxueuse piscine. Un texte en surimpression propose : « Unlimited Streaming. Endless entertainment. Watch for 7 days free across all your favorites devices ». Suivent, en gris clair, une petite dizaine de logos d'organes de presse, journaux et magazines, ayant couvert l'offre du service. Les deux dernières parties de la page sont occupées par de très courts textes de promotion du service et surtout par des pictogrammes et des images qui présentent des écrans de tailles diverses (téléphone, tablette, télévision). Une épaisse ligne bleue délimite les deux paires de sections.

En haut, les représentations visuelles convoquées renvoient au milieu de l'image, du cinéma et de la télévision. L'image de l'en-tête provient d'ailleurs d'un drame télévisuel que le site propose en exclusivité¹⁷⁸. Les logos des médias convoqués sont choisis parmi les canons de la critique culturelle aux États-Unis (Variety, Vogue, The New Yorker). En bas, ce pourrait être le royaume du web, on y trouve des formes propres à l'univers du numérique : écrans de tailles diverses, signalétique classique (le cadenas, le bouton lecture) et bien sûr, un incontournable sur les catalogues de vidéo par abonnement, l'éventail des appareils et des écrans depuis lesquels

¹⁷⁸ Il s'agit de la série télévisuelle *Riviera* (Neil Jordan, 2017) produite par la chaîne britannique Sky.

l'internaute va pouvoir accéder au service. À l'encontre de la séparation produite par la ligne bleue, les textes de la deuxième partie semblent vouloir faire le lien entre les deux. Ils évoquent la présence de films et de séries télévisuelles dans le catalogue, listent quelques genres – le drame, la comédie –, usent d'un vocabulaire consacré – *independent, uncut* – et rappellent l'aura de la marque Sundance. À la lumière de ces différents croisements et références entre le milieu de l'image en mouvement et celui du web, on peut voir le deuxième slogan de la page « Stream more. Experience more. Join Sundance » comme le produit d'une volonté de faire passage entre l'un et l'autre, ou plutôt, dans l'esprit de cette thèse, d'actualiser le premier dans le second.

La première partie de notre développement vise à décrire les différents aspects touchant à l'esthétique des catalogues. Elle cherche à repérer les congruences et les disparités entre les différents services. En plus de faire brièvement le tour de nos objets, les pages qui suivent dressent un compte rendu de nos observations. Elles abordent notamment des invariants de motif – l'hégémonie incontestable de la vignette et des formes rectangulaires – et une tendance à l'automatisation et à la redondance dans l'habillage graphique des pages et des sections des catalogues. Également, la manière avec laquelle certains services parviennent à s'en éloigner. Ces constats nous amènent ensuite à décrire l'emprise des canevas de mise en page et le rôle que joue la vignette dans la *traduction* des films en vue de leur mobilisation.

4.1.1 L'esthétique générale des catalogues : formes épurées et couleurs d'accentuation

Lorsque l'on considère l'ensemble des catalogues, quelques invariants de forme ressortent. Que cela soit du côté des services institutionnels comme BFI player, des propositions liées à de grands groupes médiatiques (Sundance Now ou Filmstruck), voire chez les indépendants (Mubi ou Filmatique), l'esthétique des sites web repose sur des formes géométriques simples et des palettes de couleurs restreintes. On trouve

une grande prédominance des formes rectangulaires, tant dans les images présentées (beaucoup sont des photogrammes¹⁷⁹) que dans la délimitation des zones de contenus. Les différents éléments convoqués (images, éléments graphiques, textes) sont répartis dans l'espace des pages web selon des compositions aux aspects généralement sobres. Les blocs de contenus sont placés dans la verticalité des pages, empilés les uns sur les autres de manière régulière. Chaque bloc peut ensuite contenir des sous-ensembles qui sont alors alignés sur une ligne horizontale chacun dans une case qui lui est propre. Il s'agit d'un type de mise en page très commun sur le web. Les sites Internet des grands groupes de presse, les chaînes de télévision ainsi que les plateformes des réseaux sociaux ont recours à de telles formes d'organisation des contenus. Le fait que tous nos catalogues souscrivent à cette manière d'organiser les contenus par bloc dans l'espace de la page, couplé au choix de couleurs et à l'ambiance générale qui se dégage de leurs sites web évoque, avec certes quelques nuances, le *design* des sites corporatifs. Cela est dû en partie aux choix de systèmes de gestion de contenu (CMS) qui viennent avec des canevas préétablis et un nombre limité d'assortiments. Les catalogues de notre corpus suivent en cela une tendance générale à l'homogénéisation du web. Comme le démontre un projet de recherche de l'Université d'Indiana basé sur l'analyse quantitative de l'esthétique d'un très grand nombre de sites Internet, le design des pages web tend à se normaliser depuis 2010¹⁸⁰. Cela concerne en particulier l'agencement des contenus (*layout*), une particularité qui s'explique par l'utilisation massive d'un nombre restreint de bibliothèques logicielles. Des services

¹⁷⁹ En l'absence d'indications sur la nature et la provenance des images présentées dans les vignettes, nous concluons qu'il s'agit la plupart du temps de photogramme, des images extraites des films donc, sans pouvoir exclure complètement que l'on se trouve parfois en présence de photographies de plateau, de captures d'écran ou d'images issues d'autres matériaux visuels en lien avec les films. Lorsque leur nature est avérée (affiche, contenus promotionnels, etc.), nous l'indiquons.

¹⁸⁰ Pour les paramètres et la méthodologie du projet, voir Goree, Sam. 2020. « Yes, Websites Really Are Starting to Look More Similar ». The Conversation, May 6, 2020. Récupéré sur <http://theconversation.com/yes-websites-really-are-starting-to-look-more-similar-136484>. Et pour une vulgarisation et une discussion de ces résultats, on écouterait la chronique de Fabien Loszach lors de l'émission *Moteur de recherche* du 8 juin 2020 (Matthieu Dugal, Radio Canada).

comme Bootstrap ou FontAwesome proposent des solutions clé en main, pour afficher, animer et surtout mettre en page les contenus. L'utilisation de modèles préétablis – des séries d'éléments visuels (une liste, un carrousel animé, un tableau de vignettes, etc.) et leurs quelques lignes de codes – est liée à la démocratisation de la création de vitrines audiovisuelles sur le web. Le fait de puiser ainsi des éléments graphiques déjà constitués dans des bibliothèques de canevas doit se lire au sein du paradigme de la circulation évoqué dans notre cadre théorique. La mise en page des catalogues se trouve alors marquée par le processus d'adaptation de ces éléments préconstitués. Ceux-ci nécessitent et autorisent relativement peu de personnalisation pour chaque site entraînant ainsi un effet de normalisation de l'esthétique générale du web. Plusieurs facteurs contribuent à cette tendance. Sans être exhaustif, on peut citer, à partir de la dernière section de notre cadre théorique, *De quelques contingences du numérique*, la centralité des outils d'analyse du trafic, la modélisation du comportement des utilisateurs à partir de traces d'usage et l'optimisation des sites Internet en accord avec les résultats de ces analyses¹⁸¹. Les équipes de Fandor décrivent d'ailleurs dans le blog du service le processus de développement du design du site dans les mêmes termes : « Our irrepensible curiosity about what makes people click, coupled with a scientific approach to user interviews and analysis, informs us as we make design decisions to improve our product... »¹⁸². Dans le cas du catalogue basé à San Francisco, la création d'une nouvelle maquette pour la page de présentation des films passe, en effet, par l'analyse de données (notamment la circulation des internautes sur le site), la réalisation de focus groups et le prototypage. Dans la même ligne d'idée, un audit du service Tënk arrive à la conclusion qu'une telle approche orientée vers les utilisateurs est nécessaire à l'élaboration des versions

¹⁸¹ Pour une description des effets d'une telle recherche d'optimisation sur le travail de conceptions des interfaces web, voir le billet de Travis Gertz sur le blog *Louder Than Ten - Coax* (2015).

¹⁸² Shirley Morales. 2015. « Inside Fandor's Design Team ». Blog Fandor. July 16, 2015. Récupéré sur <https://web.archive.org/web/20160510041438/https://blog.fandor.com/2015/07/16/inside-fandors-design-team/>.

futures de son interface (Gantier et Czeszynski 2019). On a là une bonne illustration de l'inscription des catalogues au sein du milieu du web, de la prégnance d'une forme particulière de médiation technique qui s'incarne ici dans ces processus de création de l'esthétique des pages et dans le recours aux outils *ad hoc* conçus d'abord et avant tout pour le web.

Malgré ces apparentes contraintes et une tendance à l'uniformisation de l'esthétique du web, une série d'indices nous amènent néanmoins à considérer plus en détail la place accordée aux aspects esthétiques généraux par les différents services. Prenons tout d'abord l'exemple du catalogue en ligne du distributeur indépendant The Criterion Collection. Après la fermeture de Filmstruck, auquel la prestigieuse collection était rattachée, les équipes de Criterion ont rapidement mis en place leur propre catalogue, afin de continuer à proposer les films et les contenus additionnels de leur offre en ligne. Pour ce faire, ils ont bâti leur site sur la plateforme Vimeo tirant avantage de l'environnement logiciel offert et des capacités techniques de l'entreprise spécialisée dans la diffusion de vidéo. Bien qu'habillé de quelques grandes images (principalement des captures de photogrammes), affichées dans toute la largeur de la page, voire dans un grand carrousel en haut de celle-ci, juste en dessous de l'en-tête, le site laisse beaucoup de place à un arrière-fond gris qui isole les éléments de contenu, donne une allure impersonnelle à l'ensemble et trahit le manque d'adaptation de la mise en page aux titres qu'elle est appelée à mettre en valeur¹⁸³. Même situation des archives de la Warner, Warner Archive, les vignettes des films s'enlignent ici en dessous d'une grande image¹⁸⁴. À gauche de celle-ci, un fond bleu étoilé sur lequel on peut lire « Movies and Shows that feel just right » et en plus petit « Enjoy unlimited acces to classic movies and TV shows ». À droite, le

¹⁸³ Version de juin 2019.

¹⁸⁴ Version de novembre 2017.

fond laisse place à une reproduction d'un photogramme. On y reconnaît George Chakiris dans *The Big Cube* (Tito Davison, 1969)¹⁸⁵. Les vignettes reprennent toutes les affiches d'époque des films. Le fond blanc très présent et la grande sobriété du site, dénué de toute fioriture, donnent une impression d'ensemble plutôt froide. Ici, le design choisi, minimaliste, ne parvient pas à mettre en valeur l'esthétique « vintage » particulière des affiches présentées.

Toujours dans la même ligne minimaliste, le *design* de Filmatique¹⁸⁶, petit catalogue indépendant maintenu par trois professionnels du cinéma, se démarque des deux catalogues précités. La mise en page va au plus simple. Un grand photogramme, en haut, met en avant le dernier film ajouté au catalogue. Le site fonctionne par thématiques mensuelles au sein desquelles les programmeurs proposent trois ou quatre titres, à raison d'un par semaine. Sur l'image mise en avant, un texte en blanc donne des informations sur le film présenté : son titre, son auteur, sa date de sortie et son pays d'origine. Suit un court extrait d'une critique publiée à propos de l'œuvre. Si la page contient des informations promotionnelles sur le prix de l'abonnement et le fonctionnement du site, affichées dans des tonalités de gris, celles-ci s'effacent pour laisser place au contenu. Les vignettes des films, présentées dans un tableau sur quatre colonnes et qui reprennent simplement les affiches en couleur de ceux-ci, ressortent ainsi par un simple jeu de contraste. L'esthétique du catalogue de Filmatique travaille donc la sobriété du canevas et de la structure générale du site – tous les films sont d'ailleurs accessibles directement depuis la première page – afin de permettre cette mise en valeur des contenus.

¹⁸⁵ Merci à André Habib et à ses réseaux cinéphiles d'avoir su retrouver le titre du film. Les motivations derrière ce choix, George Chakiris y campe un dangereux vendeur de drogue, et l'utilisation du photogramme pour illustrer la page d'accueil du catalogue reste un mystère.

¹⁸⁶ Dans sa version de mars 2019.

Le choix d'un design simple, épuré, peut donc servir la présentation des contenus, même lorsqu'elle s'appuie sur une architecture web relativement élémentaire comme dans le cas de Filmatique. Organisé en six pages statiques : *Watch*, *About*, *Series*, *Journal*, *Talents* – un mini-festival d'encouragement de la relève – et *Gift* qui fournit la possibilité d'offrir l'abonnement à quelqu'un d'autre, le site Internet de ce catalogue ressemble à ceux produits par l'intermédiaire de la plateforme de microblogging Wordpress. Son esthétique se distingue des deux premiers exemples évoqués (Sundance Now et Warner Archive) par son adéquation avec la matière audiovisuelle présentée. Filmatique a choisi un design minimaliste et effacé et c'est ce choix et ce travail esthétiques que l'on perçoit dans la forme des pages du catalogue. D'ailleurs, cette simplicité se limite au choix formel et le catalogue contient de fait beaucoup de paratextes. On les retrouve sur les pages des films et sous la forme d'essais, d'entrevues et d'actualités. Placés dans une section intitulée *Journal*, ils sont mis en lien avec chaque film présenté.

Par contre, aucun de ces trois catalogues n'encourage la flânerie. On peut bien sûr parcourir les pages des films ou lire les différentes entrées du *Journal* dans le cas de Filmatique, mais l'esthétique générale des sites ne semble pas inviter à la déambulation dans ces espaces vestibulaires des catalogues. Cet aspect ne semble pas dépendre du nombre de titres proposés ou de l'envergure de l'architecture des sites. D'autres catalogues, bien plus généreux en termes d'offre, laissent la même impression. BFI player, le catalogue officiel du British Film Institut, fait partie d'une catégorie de site située sur une autre échelle d'investissement et de développement des fonctionnalités de consultation et de visionnement des œuvres. Fort des moyens alloués par l'institution paraétatique auquel il se rattache, BFI Player propose trois groupes de films selon leur disponibilité, soit à la location, sur abonnement ou

gratuitement¹⁸⁷. L'organisation de la page d'accueil reflète cette répartition. En dessous d'une grande image de couverture – on l'aura compris plusieurs de nos objets choisissent d'accueillir l'internaute par une grande image – et du slogan du site : « The greatest global cinema on demand » ainsi que des incitations à entrer en contact avec les films selon les différentes propositions du catalogue, trois colonnes présentent les sections du site : *Rentals*, *Subscription*, *Free*. Chacune comporte un bandeau titre de couleur vive et des courts textes d'accroche affichés en surimpression sur des images d'arrière-plan. Ces dernières représentent toutes la moitié gauche d'un visage cadré très serré. Dans la colonne dédiée à la vidéo par abonnement, le texte se lit comme suit : « Subscription-only classic and cult films from across the decades. 14-day free trial, then £4.99 a month - cancel any time ». Ces deux lignes d'indications très succinctes, dans le style ramassé propre à la plupart des messages promotionnels des catalogues, évoquent le cœur de leur offre, une sélection de titres en échange d'un montant d'argent mensuel. Nous allons revenir sur certains des aspects de cette citation, quelques éléments liés par les catalogues à la forme de l'abonnement, et surtout, à propos de la caractérisation des œuvres choisies, des classiques et des films culte.

¹⁸⁷ Version d'octobre 2019.

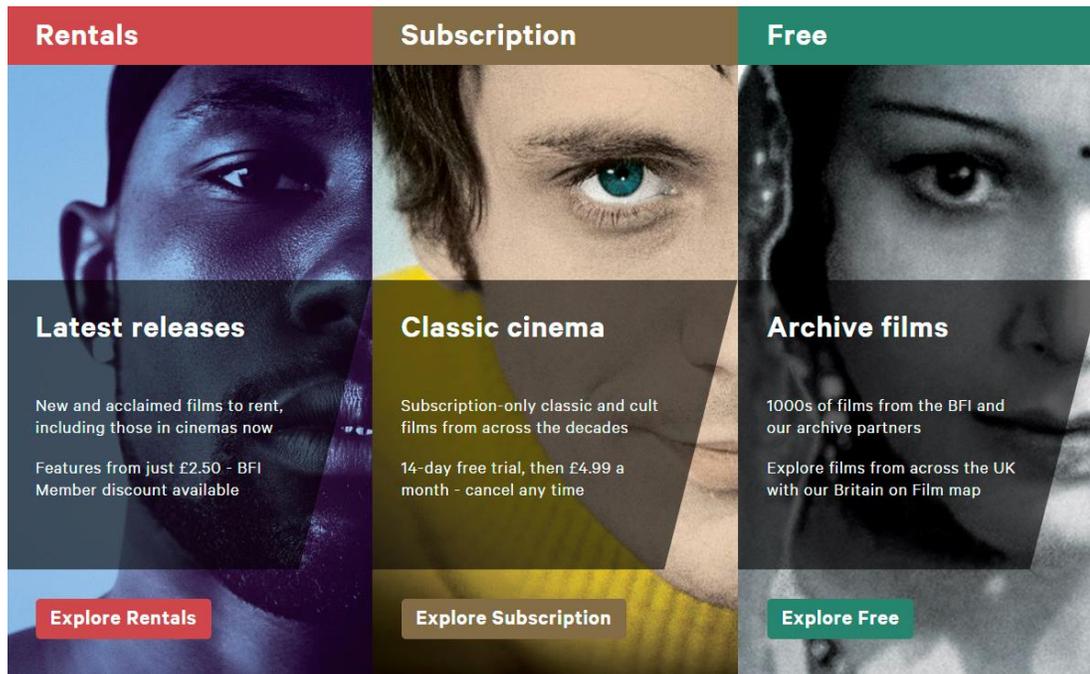


Figure 1 : Présentation des trois sections du catalogue BFI dans la page d'accueil (octobre 2019).

Afin de poursuivre la description de la page d'accueil du BFI Player notons, finalement, la présence de boutons en bas des images qui lient les colonnes à la partie du site qui leur correspond. Si l'internaute continue son exploration de la page sans cliquer sur ses liens, elle découvre trois tableaux de vignettes, toujours classées par trois groupes de couleur, selon une taxonomie généralisée à l'ensemble du site. L'allure générale de celui-ci est sobre. Son architecture et la programmation du comportement des pages selon la taille de l'écran (généralement désignée par un terme consacré en anglais, le *responsive web design*) laissent une grande place aux images des vignettes. Dans les différentes sections de la page, celles-ci sont juxtaposées de telle sorte à occuper le maximum d'espace, d'un bord à l'autre de l'écran et sans laisser d'interstices entre elles. Cette disposition à la fois originale et harmonieuse des vignettes-photogrammes semble faire la part belle aux portraits des actrices et acteurs des films. Une même insistance sur les visages traverse donc les

différentes images utilisées pour habiller le site. Le fait de donner ainsi une large place aux vignettes est à relever. Il s'agit d'un choix esthétique singulier dans l'ensemble de notre corpus, qui donne pourtant une meilleure idée de la teneur visuelle du titre offert au visionnement.

Le British Film Institut propose ainsi, dans son offre de vidéo à la demande, une partie des films de ses archives, quelques classiques et des films à (re)découvrir. Il le fait dans une forme à l'esthétique réussie. Malgré une offre importante et une maquette graphique travaillée, le site n'invite pas, lui non plus, à la flânerie au sein des différentes parties qui le composent. Il y a bien sûr la marque de la standardisation induite par la récurrence du canevas, le fait que la structure des pages est toujours identique. On abordera plus en détail, à la troisième section de ce chapitre, les effets de l'utilisation de systèmes de gestion de contenu par la majorité de nos catalogues. Au-delà de l'uniformisation des pages, un élément proprement esthétique vient prolonger l'impression évoquée précédemment d'une certaine froideur des catalogues, le fait que ces espaces en ligne ne se prêtent pas à la navigation sans but et pour le simple plaisir de naviguer à travers les titres. Il découle de ce que l'on ressent comme une recherche d'efficacité dans les choix du design des pages web. Tant du côté de la mise en page, que du choix des couleurs, des formes des différents éléments de contenu, tout est tendu vers l'optimisation non seulement de la lisibilité de l'ensemble, mais bien de son efficacité. On sent véritablement le poids des conventions du milieu web, la centralité des protocoles que nous décrivions à l'étape de notre cadre théorique. Il faut relever, encore une fois, la force d'application de ces logiques qui touchent indifféremment tous nos catalogues, des plus indépendants aux plus institutionnels. Celle-ci s'explique, comme nous l'avons vu précédemment, par des effets de systèmes (l'imbrication des différents outils logiciels de gestion et de diffusion des contenus) qui renforcent l'inertie de la matérialité de l'ensemble. Sur le plan graphique, la lisibilité règne en maître. Toute ambiguïté dans la forme des

boutons, l'aspect des liens ou celle des vignettes est exclue. Dans le cas où le sens d'un texte pourrait échapper à l'internaute, on lui accole une icône qui, par son pouvoir d'évocation conventionné, vient renforcer le message à faire passer. On pense bien sûr au triangle du bouton lecture, aux haut-parleurs pour tout ce qui a trait au son, aux nombreuses étoiles des notations, ainsi qu'aux icônes qui se rapportent plus directement à l'univers cinématographique : les bobines de film, les caméras, les chaises de metteur en scène et autres fauteuils de cinéma. D'ailleurs, certains de nos catalogues en font un usage extensif. LaCinetek ajoute une icône à chacun des titres de section ponctuant les pages de son site. Encore une fois, la relation entre le texte et ces icônes tient du renforcement, de la volonté de rendre le tout plus lisible et non d'un souhait de fournir plusieurs lectures possibles ou de proposer des clins d'œil ludiques.

Jusqu'à sa fermeture en novembre 2018, Filmstruck offre un catalogue du même acabit que BFI Player. Le site regorge de contenus paratextuels. Des vidéos *bonus* accompagnent les titres présentés et les équipes de la chaîne câblée TCM produisent régulièrement des capsules d'introduction pour des cycles thématiques. Le visionnement peut suivre la consultation des paratextes ou être prolongé par ceux-ci. Filmstruck encourage une telle exploration en invitant à « plonger plus profondément » dans son catalogue. Néanmoins, là encore, le design se veut minimaliste et instrumental. L'une des premières versions de la page d'accueil illustre bien cette idée¹⁸⁸. Six cartons défilent automatiquement en haut de la page. Ils vantent les mérites du site dont sa programmation, la grandeur de son catalogue, ses contenus exclusifs, la possibilité d'offrir l'abonnement au site. En dessous des boutons radio qui permettent de passer d'un carton à l'autre, une section intitulée « Introducing Filmstruck » présente quatre icônes : une triade d'écrans pour signaler les appareils

¹⁸⁸ Celle que nous décrivons date de novembre 2016.

supportés, une porte avec le logo de Criterion afin de mettre en avant la présence des contenus du distributeur, une bobine de film pour les bonus et une chaise de metteur en scène qui permet au catalogue de promouvoir l'absence de publicité et la présentation des films « comme le réalisateur l'avait prévu » (*as the director intended*). Plus bas, six vignettes carrées présentent les actualités du site. Les contenus proviennent du catalogue et des extensions de celui-ci dans les réseaux sociaux numériques (un blog, une page Facebook, un fil Twitter et un site Tumblr). Sur le plan graphique, les captations en provenance des films sont ici peu présentes ou alors sous forme d'arrière-plans, derrière les cartons en haut ou juste avant le pied de page derrière les logos de TCM et Criterion. Les six vignettes d'actualité reprennent bien quelques photogrammes.



Figure 2 : Trois des six vignettes affichées sur la page d'accueil de Filmstruck (février 2017).

Deux d'entre elles renvoient néanmoins à des graphiques présentant des éventails d'écran comme évoqué précédemment et les autres invitent l'internaute, par des photogrammes associés à de courts extraits de texte, à quitter le site ou à basculer sur la page du blog officiel du service « Streamline ». Les films eux-mêmes ne sont donc présents que par allusion et les formes choisies, l'articulation des contenus visent à présenter le fonctionnement du service davantage que son offre de titres ou des manières de la parcourir. Encore une fois, les codes graphiques utilisés ne favorisent pas une consultation longue ou du moins le cheminement contemplatif ou

exploratoire à travers les contenus. Nous verrons d'ailleurs que ces choix au niveau de la maquette graphique de l'accueil se répercutent également dans la structure des sites. On peut déjà évoquer ici l'horizontalité de leur architecture. Les listes de films, voire les titres eux-mêmes sont rapidement accessibles depuis l'accueil, sans que l'on doive traverser une arborescence complexe.

Il existe tout de même quelques exceptions à la froideur de l'esthétique des catalogues. Elles interviennent, presque de manière accidentelle, lorsque les marques d'un travail, fruit d'un bricolage plus ou moins visible, viennent briser la surface lisse du canevas¹⁸⁹. Dans les catalogues plus modestes, cela arrive parfois au moment d'ajouter de nouvelles fonctionnalités ou des types de contenu inédits. C'est aussi pour certains une manière assumée de s'appropriier le canevas, que cela soit par la création de maquette graphique différente pour chaque section du catalogue ou alors par de petits écarts à la règle dans le corps même des pages. Dans les deux cas, ces interventions attirent l'œil et ont pour effet de briser la cohérence d'ensemble, la plupart du temps avec un résultat favorable. Toujours sur le plan esthétique, voyons trois exemples de ces déviations, à partir de trois catalogues de notre corpus : Fandor, LaCinetek et Tënk.

4.1.2 L'appropriation des modèles graphiques : comment briser la redondance de la forme ?

Le premier, Fandor, aujourd'hui en dormance, fut un modèle du genre durant ses années de fonctionnement. Il proposait un site web très abouti en termes de fonctionnalités et de programmation. Durant les dernières années, le site a fait l'objet de plusieurs coupures, dont la plus importante visait la section *Keyframe*, dédiée à la

¹⁸⁹ Nous avons notamment repéré ces interventions par l'observation de décrochage dans les maquettes graphiques des catalogues, lorsqu'un module de contenu apparaît un peu décalé ou semble faire l'objet d'un ajout postérieur au reste de la page.

présentation de nouvelles et d'essais sur les films¹⁹⁰. À des fins de comparaison, les versions du site décrites dans ces pages sont celles de la période 2015 à 2017, au moment où le catalogue tournait à plein régime. Au premier coup d'œil, la maquette du site se distingue par son design qui attire l'œil. La palette de couleurs choisie joue d'un fort contraste entre un arrière-fond, noir ou blanc selon les versions, et une couleur d'accentuation orange. Ce choix esthétique correspond au ton décontracté adopté par le service dans ses paratextes. De ceux-ci ressort la volonté de souligner l'originalité, la légèreté et l'indépendance de l'offre. La mise en page des différentes parties du site s'appuie bien sûr sur les conventions et les codes graphiques du web. Elle fait néanmoins l'objet d'un important travail de développement. Celui-ci transparaît dans les différentes formes de présentation des contenus et la création de mises en page distinctes pour chaque section du site. La page d'accueil prend une forme relativement classique¹⁹¹. On trouve toujours une grande image en haut de la page. Des transitions de type carrousel permettent d'alterner, par un effet de glissement latéral, entre une demi-douzaine de cartons qui reprennent l'actualité du site. En dessous, on retrouve le traditionnel tableau de vignettes. Ces dernières sont classées par sections : *New Releases*, *Spotlight*, *Popular Film*, etc. selon une mise en page rendue classique par le géant de la vidéo par abonnement Netflix. Premier jeu avec les codes, les lignes ne sont pas toutes agencées de la même manière. Certaines présentent une série de vignettes que l'on peut faire défiler de gauche à droite. D'autres adoptent un agencement en mosaïque, avec une vignette plus large sur deux lignes à gauche et quatre petites à droite. Seconde entorse à la structure générale, l'une des lignes de la page comporte des photogrammes de plus petite taille. Elle

¹⁹⁰ Le *New York Times* rapporte la fermeture de la section en juin 2017. Les nombreux changements effectués sur les sites web de nos catalogues renforcent la pertinence de notre méthodologie de capture et d'archivage des pages. Celle-ci s'est avérée fort utile pour remonter l'histoire des formes utilisées et des maquettes graphiques, d'autant que ces dernières apparaissent parfois déformées ou parcellaires dans les résultats de la Wayback machine.

¹⁹¹ La version décrite est celle de juillet 2016.

commence avec un film tiré de l'historique de visionnement de l'abonnée. La vignette de celui-ci est surmontée d'une indication « because you watched ». Elle est suivie à sa gauche d'un libellé « You may also enjoy... » qui chapeaute des propositions d'œuvres reliées selon les calculs du système de recommandation. À ce stade de la vie du catalogue (juillet 2016), ce dernier accorde d'ailleurs une place importante aux résultats de son algorithme de recommandation. Plus de trois quarts des lignes du long tableau de vignettes de l'accueil correspondent aux prescriptions du système. Nous y reviendrons à la dernière section de ce chapitre. Relevons ici la capacité de la maquette de l'accueil à faire varier le rythme visuel du défilement de la page par de petites astuces de composition de celle-ci, et ce malgré la présentation répétitive des sections de vignettes. De manière similaire, bien que le reste du site reprenne la même palette de couleurs et les mêmes catégories de formes, beaucoup de rectangles et de lignes droites, chaque section introduit une nouvelle variation.

La base de données du catalogue est construite de sorte à pouvoir extraire les films par différents champs de classement. Les compagnies de distribution des titres, Filcker Alley, Criterion ou Kino Lorber, par exemple, possèdent leur propre page reprenant chaque fois la liste des films qui leur correspond, idem pour les réalisateurs et les festivals. Il s'agit bien sûr de plusieurs manières d'afficher les données d'une même base. Chaque section reçoit néanmoins sa propre mise en page. La page des distributeurs s'ouvre avec une grande bannière et le nom de la compagnie, pour ensuite présenter un tableau de vignettes, parfois classées par sections. Dans le cas des réalisateurs, c'est une photo de l'artiste et un paragraphe biographique qui trônent en haut de la page. On trouve ensuite les titres de sa filmographie présents dans la base sous la forme, là encore, de vignettes cliquables, puis une liste des genres dans lesquels le service classe ses films, et enfin, sous une forme construite sur mesure pour la page, une petite liste des plus récents commentaires postés par les abonnés sur les films de l'auteur. Là encore, la répartition des éléments sur la page et le

développement des différents modules d'affichage des contenus est unique à ce type de section. Il en va de même pour les espaces réservés aux festivals, chacun d'eux donne accès à une courte description de l'événement et, dans la logique de l'architecture du site, aux vignettes des différents titres primés lors du festival.

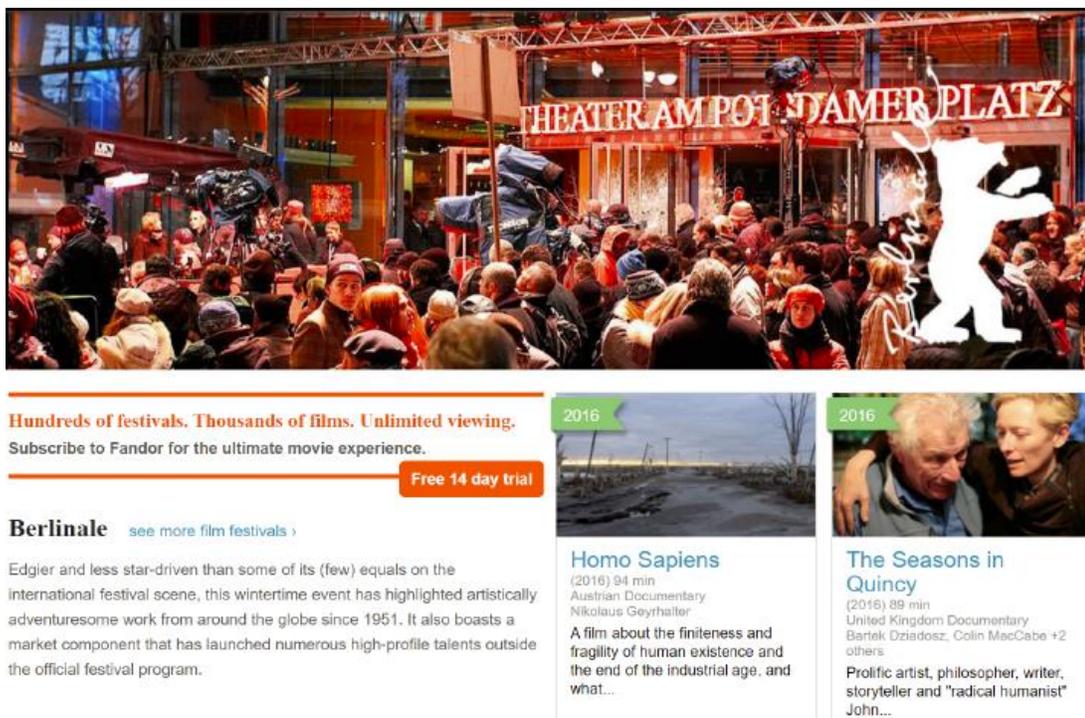


Figure 3 : Capture d'écran de la page construite sur mesure pour la Berlinale dans le catalogue Fandor (Wayback machine – 4 juillet 2017).

Avec la page consacrée à la Berlinale, on peut voir que les choix de composition changent encore. Une grande photographie panoramique prise devant l'entrée du Theater Am Postdamer Platz de Berlin et remplie de festivaliers fait office d'image de couverture. À la droite de l'image, l'ours emblématique du festival, presque aussi reconnaissable que la palme cannoise, apparaît incrusté en blanc dans l'image. Le reste de la page est séparé en quatre colonnes de vignettes. En haut à gauche de celles-ci, un badge de couleur verte indique pour chaque film l'année de sa sélection

au festival. La première ligne du tableau débute par un encart qui reprend le titre de l'événement et un court texte de présentation de celui-ci.

Mis à part le motif récurrent de la grille des vignettes, que celles-ci soient regroupées selon des catégories ou simplement réparties dans de longs tableaux, l'habillage visuel des sections joue de multiples variations à partir d'un ensemble limité de modules d'affichage. On a mentionné les carrousels, ces cartons animés qui défilent en haut des pages, les bandeaux d'en-tête et autres images de couverture (avec ou sans texte en surimpression), les différentes manières de présenter des vignettes de films (en liste, en tableau, en mosaïque, etc.). On peut encore nommer les modules de type *diapositive* où les images semblent défiler à la manière d'une bande de pellicule dans une visionneuse. Fandor les utilise dans les sélections *Spotlight* pour mettre en avant des séries de titres triés sur le volet et choisis pour leur lien avec l'actualité. Enfin, les nombreuses maquettes graphiques adoptées par *Streamline*, le blog officiel du catalogue, pourraient aussi être évoquées. Elles renvoient néanmoins encore davantage à l'application de thèmes préconçus au sein desquels la maquette de l'entièreté de la page est formatée d'avance. Ce *formatage* les distingue des maquettes visuelles des catalogues qui, elles, résultent de l'agencement original de blocs de contenu certes préfabriqués, ou pour être plus précis, de l'agencement intentionnel de ces blocs, c'est-à-dire que la mise en page relève non pas de l'application d'une formule toute faite, mais d'une visée et d'un travail de composition à partir d'une série d'éléments de base.

Les différents modules d'affichage présentés jusqu'ici sont alimentés par les bases de données. À l'intérieur des sections du catalogue Fandor, les mises en page se répètent d'une entrée à l'autre ; toutes les pages présentant les films se ressemblent au même titre que tous les espaces consacrés aux festivals ou ceux dédiés aux artisans du film adoptent le même habillage graphique. Ce qui change d'une entrée à l'autre ce sont

les contenus convoqués depuis la base de données. Quelques éléments font cependant pencher le tout vers une homologie d'ensemble. Au niveau graphique, les bases de données ne contiennent souvent qu'une seule image pour chaque film. Dans la plupart des cas, il s'agit d'un photogramme du film (ou plus précisément d'une capture d'écran de sa copie numérique), mais nous l'avons vu ces images peuvent aussi reprendre les affiches ou le matériel promotionnel du titre présenté. Fandor, Mubi et Filmatique sont les seuls services de notre corpus à faire exception à cette règle en offrant de parcourir des captures d'écran supplémentaires. Un unique photogramme se voit donc affiché dans la vignette puis, le plus souvent, agrandi en image de couverture sur la page du film. Il représente, dans la plupart des cas, le seul élément attestant de l'allure visuelle du film¹⁹². Par contraste, les paratextes : le synopsis, les informations techniques (réalisation, pays, durée, etc.) ou les éventuels bonus agrégés autour du titre dans le catalogue, s'ils ne se trouvent pas autant mis de l'avant, sont généralement plus nombreux, ne serait-ce qu'en termes de nombre d'entrées dans la base pour chaque catégorie de contenus. De ce premier point découle un second. On retrouve notre unique photogramme représentant le film dans d'autres modules des catalogues. Il y a donc recombinaison d'un nombre restreint d'éléments dans différentes sections des sites. Par exemple, Mubi, Fandor ou Sundance Now produisent automatiquement des montages de photogrammes lorsqu'ils présentent des listes de films ou ce qu'ils nomment des collections, des ensembles de titres constitués autour d'un thème ou d'une actualité.

Nous avons donc un premier élément de réponse à la question de recherche du présent axe de développement. La forme des catalogues est fortement marquée par

¹⁹² Certains catalogues de notre corpus mettent à disposition les bandes-annonces des films. Celles-ci sont le plus souvent accessibles par un lien (qui ouvre un lecteur dédié) et n'ajoutent donc pas au contenu visuel de la page consacrée au film.

deux éléments qui résultent de la centralité des bases de données au sein de leur architecture : la redondance de la mise en page, soit stricte ou alors avec des variations dans les différentes sections du catalogue, et surtout, la recombinaison dans différents modules d'un nombre limité d'éléments graphiques pour chaque titre. Lors de la consultation des sites, le dernier point devient vite apparent, et ce malgré la taille de certains catalogues. La présence du photogramme à plusieurs endroits pourrait, en effet, passer inaperçue dans la masse des films présentés. Il faut décrire un court exemple de navigation pour bien saisir le mécanisme de réutilisation du photogramme dont il s'agit. Prenons l'exemple de la collection *The Timeless Magic of Black and White* sur BFI Player. Sur la page principale consacrée aux titres disponibles sur abonnement, la collection est mise de l'avant dans une section « Featured collections ». Trois vignettes en ligne présentent, de gauche à droite, une sélection de films de Kurosawa, celle qui nous occupe *The Timeless Magic...* et une sélection thématique de films, principalement d'origine britannique, intitulée Black Star¹⁹³. L'habillage graphique permet de distinguer les collections des autres entrées de la page. Leurs vignettes sont carrées et contiennent un badge en haut à droite indiquant qu'il s'agit d'une collection. Un bandeau de couleur occupe la partie basse du carré. Animé, il se soulève pour révéler le sous-titre de la collection, dans le cas de notre collection thématique autour du noir et blanc au cinéma : « A celebration of the glorious potential of black and white ». Le photogramme utilisé dans la vignette est tiré du film *Kings of the Road* (Wim Wenders, 1976). Lorsque l'on clique sur la vignette, une nouvelle page s'ouvre. Elle contient les titres de la collection présentés dans une liste verticale de grandes vignettes sur fond noir. Une phrase forte, en blanc, est placée en face de chaque image. Les textes soulignent la direction photo des œuvres afin d'en justifier l'inclusion dans la collection. En dessous du titre, lui aussi

¹⁹³ Un choix fort probablement en lien avec les manifestations du mouvement Black Lives Matter, ayant cours aux États-Unis comme au Royaume-Uni durant l'été 2020, et dénonçant notamment le racisme systémique.

en blanc, un petit texte présente l'esprit de l'assortiment. Fait rare, il est signé par un programmeur du British Film Institut. À l'exception du film *Bait* de Mark Jenkin réalisé en 2018, la sélection, classée en ordre chronologique, propose des classiques et des films culte, principalement européens (Eisenstein, Dreyer, Antonioni, Godard notamment) et japonais (Kurosawa, Teshigahara). Tout en bas de la page, on retrouve le photogramme du film de Wanders. Le titre et quelques informations techniques sur le film s'ajoutent maintenant en surimpression, en bas à gauche de la vignette. Lorsque la souris passe sur l'image, le titre monte et un court texte d'accroche apparaît. Le clic suivant nous amène sur la page du film. Le photogramme prend maintenant la largeur de la page. Sa partie inférieure est occupée par le titre, un extrait du synopsis et les informations techniques. La maquette de la page consacrée au film s'en tient à l'essentiel. En dessous de l'image, on trouve deux onglets : *Overview* et *Related*. Laissons le second pour un développement ultérieur. Dans le premier, deux sections d'égale longueur présentent un double paragraphe de description et d'autres informations d'ordre technique. Celles-ci sont présentées dans un tableau de deux colonnes. Au-delà des éléments attendus (pays, année, réalisateur), on trouve ici les noms des actrices et acteurs du film, la cote attribuée par l'organisme de classification britannique, la langue de la bande sonore et des sous-titres ainsi que le genre auquel le titre est associé dans le catalogue. Le processus de recombinaison de l'unique photogramme tiré du film ressort ici d'autant plus que l'espace consacré au *road movie* de Wanders contient peu de contenu additionnel. Une impression renforcée par la lecture de la courte description fournie sur la page qui se trouve en fait fournir la phrase forte extraite et présentée plus tôt. La logique de réutilisation d'un petit groupe d'éléments concerne donc le texte comme l'image.

À contrario de notre argumentation, on pourrait avancer que le photogramme agit dans cette suite de pages comme un fil conducteur, un élément reconnaissable qui permet de suivre la piste du film. Il s'inscrit ici dans la fonction « traditionnelle » de

la vignette qui permet la prévisualisation de ce à quoi elle donne accès (ici, la page consacrée au titre recherché). Etienne Candel *et al.* en décrivent le fonctionnement : « [d]écoupage ou affichage en réduction de l'image à laquelle elle est liée, la vignette donne à voir – ou donne à pré-voir – ce qui peut être donné à lire. Sa fonction indicielle est puissante » (Candel, Jeanne-Perrier, et Souchier 2012, 194). Cette ligne de raisonnement s'arrête cependant devant l'utilisation du photogramme dans la page du film. Là, l'image se donne pour elle-même. Elle pourrait alors être accompagnée d'autres clichés, voire être ajoutée uniquement en rappel de plus petite taille pour ne pas briser le lien avec ce qui précède. De fait, les équipes du site pourraient choisir une autre scène, dans une séquence différente, ceci dans la mesure où l'on ne doit plus retrouver l'image au sein d'une liste et du fait qu'elle perd son aspect actionnable. Elle ne constitue plus un *site d'action*, c'est-à-dire une zone avec laquelle l'internaute peut interagir afin de basculer vers la page suivante¹⁹⁴.

Gardons-nous de tirer trop hâtivement des conclusions de cette gestion, à la fois redondante et combinatoire, de la matière paratextuelle par les catalogues. On aurait tort, par exemple, d'en faire la seule conséquence de l'utilisation de la base de données, d'en déduire une forme de détermination due au recours à ces technologies. D'une part, une telle capacité de réplique des maquettes graphiques et de recombinaison des contenus est fort vraisemblablement perçue comme une opportunité par les services cinéphiles de vidéo par abonnement. Elle leur permet de déployer leur catalogue à moindres frais. D'autre part et probablement encore davantage porteur de signification pour notre recherche, cette recombinaison intervient également dans le cas des textes. Lorsque l'on compare les synopsis des films les uns aux autres, on s'aperçoit qu'ils ont aussi tendance à s'articuler autour de quelques figures pivots, un peu comme si à la manière des contenus graphiques, ils se

¹⁹⁴ Voir notre grille de lecture en annexe et l'article d'Elisabetta Adami (2015) sur l'analyse multimodale de l'interactivité des sites web.

déployaient à partir d'un ensemble restreint d'expressions. Il faut donc envisager les processus de réplication et de recombinaison, ainsi que leur fonctionnement calqué sur la structure de la base de données, au sein d'un mouvement plus large de *traduction*, au sens de l'École du même nom évoquée dans notre cadre théorique. Il s'agit d'un processus d'adaptation des versions numériques des films et de leurs paratextes aux logiques du web. Ce qui se produit lors de l'actualisation de l'expérience cinéma sur les catalogues concerne tous les constituants de cette expérience et ne peut se réduire à une simple détermination induite par la technologie utilisée.

Pour preuve de la nature de *traduction* et non de détermination de la tendance que nous décrivons ici, il suffit d'observer d'autres formules graphiques adoptées par les catalogues. Bien que basée sur les mêmes technologies – des systèmes de gestion de contenu adossé à des bases de données – leur apparence diffère pourtant. Ces exceptions aux traits généraux décrits jusqu'ici renvoient d'ailleurs à la nature émergente du processus de *traduction*. Le fait que tous les catalogues de notre corpus ne souscrivent pas entièrement à cette règle, ou du moins qu'ils s'y rapportent à des degrés divers, atteste de l'aspect actuel du processus de médiation technique.

Les deux catalogues dont les choix de design et la maquette graphique se démarquent des précédents sont tous deux issus du milieu de la création cinématographique. LaCinetek naît du projet de trois réalisateurs, Laurent Cantet, Pascale Ferran et Cédric Klapisch, en association, pour ce qui a trait aux technologies soutenant le site, avec Universciné, un distributeur de cinéma indépendant en ligne créé par un regroupement de producteurs et distributeurs français. Quant à Tënk, le seul catalogue de notre corpus entièrement dédié au film documentaire, sa naissance découle et s'inscrit dans un plus large projet mené par des cinéastes et des programmeurs autour du festival des États généraux du film documentaire de Lussas en France. En

quoi LaCinetek se démarque-t-elle des autres propositions de vidéo par abonnement ? À première vue, sa page d'accueil ressemble à celles déjà évoquées ; une grande image de couverture, suivie de plusieurs sections de vignettes listées dans la verticalité. Les informations en surimpression sur l'image de couverture signalent tout de suite l'orientation générale du service. Le film mis de l'avant dans l'en-tête est « recommandé » par un réalisateur ou une réalisatrice dont on trouve la photo affichée en insert. La programmation du site tourne en effet autour de listes de coups de cœur proposées chaque mois par un ou une cinéaste. Une fois les titres énumérés, les équipes de LaCinetek les repèrent et les mettent en lien dans leur propre catalogue. Dans le cas où un film n'est pas disponible, ils tentent d'en acquérir les droits de diffusion et le titre vient s'ajouter au corpus de films disponibles au visionnement. Sur le plan de l'esthétique de la page d'accueil du site, on peut déjà observer que plusieurs modules d'affichage utilisés semblent développés pour le catalogue¹⁹⁵. Le choix de design le plus marquant concerne la présentation des vignettes. Celles-ci délaissent leur aspect traditionnel pour se démultiplier horizontalement en de multiples images alignées rappelant une bande de pellicule. L'allure générale de la page s'en trouve modifiée. Renforcé par un thème sombre, ce choix formel permet d'accorder plus de place aux films et aux photogrammes qui les représentent. Par voie de conséquence, la page contient moins de titres. Lorsque l'on descend un peu, juste en dessous du pli¹⁹⁶, on trouve des indications concernant les formules de consultation des films. Le site fonctionne d'abord sur un mode transactionnel, chaque titre peut être acheté individuellement. Mais le catalogue propose aussi une petite sélection de dix titres par mois, visionnables en échange d'un montant très modeste (3 euros par mois). Dans l'esprit des concepteurs du catalogue, cette formule à petit prix s'adresse, d'ailleurs, au plus grand nombre et notamment à un public jeune, en guise

¹⁹⁵ Page d'accueil dans sa version d'avril 2020.

¹⁹⁶ Il s'agit de la limite entre ce qui s'affiche au moment du chargement de la page et ce que l'on peut atteindre en faisant défiler verticalement la page.

d'introduction à la cinéphilie¹⁹⁷. En milieu de page, on trouve un grand tableau de textes en blanc sur un arrière-fond constitué d'un agrandissement d'une partie de photogramme. On y reconnaît parfois (l'image change à chaque chargement de page) une des scènes iconiques des *Temps modernes* de Chaplin (1936). L'utilisation d'un photogramme du film comme texture pour l'arrière-fond du texte représente un autre lieu commun de notre corpus. À plusieurs reprises, les catalogues vont se saisir de la matière visuelle¹⁹⁸ d'un ou deux photogrammes, la transformer par l'intermédiaire de filtres (couleur, contraste, etc.), en modifier la luminosité et l'intégrer à leur habillage graphique, soit comme ici pour donner une texture à un élément (un bandeau, une image de titre ou d'illustration d'un petit texte d'accroche¹⁹⁹), soit, en quelque sorte pour eux-mêmes, en tant que vignette ou dans un affichage sur la longueur de la page dans le but de donner un aperçu visuel de l'offre du catalogue²⁰⁰.

Le tableau que nous évoquions à l'instant s'étend sur toute la largeur de la page. Il présente les noms des cinéastes, dont des gens connus et d'autres moins, tous contributeurs d'une liste personnelle. L'inventaire est long et l'on peut le parcourir en faisant défiler le tableau de droite à gauche. Une nouvelle version de la page, introduite en juin 2020, assombrit le fond et diminue la taille du tableau par rapport aux autres éléments présentés. Elle ajoute également des sections de contenus. Alors que l'accueil présentait en fin de page uniquement trois films de la *Liste du mois*,

¹⁹⁷ Entrevue avec Jean-Baptiste Viaud, délégué général de LaCinetek, émission L'invité innovation (Zoé Sfez), *France Culture*, 17 février 2019. En ligne <https://www.franceculture.fr/emissions/linvite-innovation/linvite-innovation-du-dimanche-17-fevrier-2019>.

¹⁹⁸ Nous empruntons le vocable à Jacques Aumont (2012), cf. la section *Par un lieu et un temps donné : une salle, un grand écran, une séance* de notre cadre théorique.

¹⁹⁹ C'est le cas dans plusieurs pages vitrines de nos catalogues.

²⁰⁰ On retrouve ce type d'utilisation des photogrammes dans les pages vitrine de Mubi et LaCinetek. Il faut noter d'ailleurs que les films à succès choisis pour être ainsi évoqués ne sont pas nécessairement accessibles au sein des catalogues (bien qu'ils puissent l'avoir été un temps seulement). Le recours à des photogrammes iconiques de la cinéphilie contemporaine, tels les couloirs spatiaux de *2001, l'Odyssée de l'espace* (Stanley Kubrick, 1968), Saoirse Ronan et Tony Revolori dans *The Grand Budapest Hotel* (Wes Anderson, 2014) ou l'inquiétante familiarité des scènes de jardin de *Canine* (Yargos Lanthimos, 2009), renvoie à une volonté d'associer l'offre à ces œuvres de renom.

sous la forme de bandes de photogrammes. La mise à jour du site ajoute, directement sur la page, des extraits en provenance de deux autres sections du site²⁰¹ : la première donne un aperçu et permet de rejoindre les collections préparées par les équipes du catalogue, la seconde, intitulée *Trésors cachés*, aligne plusieurs logos d'institutions et d'archives, celui de l'Institut national de l'audiovisuel (INA), de la Cinémathèque française, de celle de Toulouse et de la Deutsche Kinemathek ainsi que le logo du distributeur Lobster Films. Tous ont droit à leur propre espace dans le catalogue où ils partagent des courts et longs métrages issus de leurs voutes et le fruit de leur travail de restauration.

Il y a bien des redondances au niveau de la maquette graphique du catalogue. Une seule manière d'afficher les titres et certaines sections de contenu se répercute dans tout le site, par exemple. Ces régularités proviennent, on l'a vu, du système de gestion de contenu utilisé et correspondent à la tendance générale prise par les habillages graphiques sur le web. Cependant, certaines sections, peut-être ajoutées au cours de la vie du catalogue, dérogent à la structure d'ensemble. C'est le cas de la section *Trésors cachés* évoquée à l'instant. Le titre (toujours précédé d'une icône) se donne ici en surimpression au-dessus d'un bandeau dont l'image d'arrière-fond, sans doute encore une fois issue de l'agrandissement d'un photogramme, évoque par son motif et sa couleur jaune feu la combustion d'un fragment de pellicule. On pense évidemment au cinéma expérimental de Bill Morrison ou aux performances incendiaires de Karl Lemieux, leurs pratiques respectives ayant par essence des liens et des accointances avec les institutions archivistiques. Un petit texte d'explication suit ce bandeau, puis les logos des institutions sont présentés en ligne. Cliquable, chacun d'eux donne accès à une page dédiée. En dessous, une petite série de vignettes mettent de l'avant

²⁰¹ Il s'agit d'un mode d'intervention commun à tous nos catalogues. Les changements majeurs sont rares et les modifications s'effectuent plutôt par petites touches marginales dans les sections et surtout, avec plus de régularité, au niveau des éléments choisis pour apparaître sur les pages d'accueil.

certains des films proposés. Ici, les images choisies proviennent des affiches des films et non pas de photogrammes. Le tout donne une allure distincte à la section qui se démarque par une mise en page et habillage graphique différent. Dans le même ordre d'idée, une section du catalogue est consacrée à des séances de ciné-club. La formule propose de participer en direct à une séance de projection d'un film dans un cinéma de l'hexagone. La présentation de celui-ci, par des réalisateurs connus (Olivier Assayas, Michel Hazanavicius, Dario Argento notamment) ainsi que d'autres figures de la cinéphilie française (Thomas Sotinel, Antoine de Baecque), et, bien sûr, les discussions qui s'en suivent sont retransmises en direct. Lors de la projection, un membre de LaCinetek présente la formule et souligne son aspect hybride, à la fois en ligne et dans la salle. L'archive de l'événement reste ensuite accessible sous la forme d'une captation vidéo. Le film, quant à lui, peut être loué en simultané ou après l'événement. Quelques jours avant la date de la projection, la section *Ciné-club* du catalogue se dote d'une nouvelle page annonçant la séance et publicisant les noms des personnalités invitées. Ce qui nous intéresse particulièrement ici et qui marque un écart avec la forme redondante des autres catalogues se situe dans l'habillage graphique choisi. Celui-ci reprend la structure standard de présentation des films sur le site pour y intercaler un titre et deux sections dédiées à la séance en direct. Prenons l'exemple de la séance consacrée au film *Nous nous sommes tant aimés* (1974) d'Ettore Scola²⁰². Le texte d'en-tête adopte la palette bicolore générale du site. Il se démarque néanmoins par sa taille et le fait qu'il n'arbore pas, au contraire des autres titres de section, de bandeau d'arrière-fond. En dessous, un large photogramme montre les trois protagonistes du film attablés. La droite de l'image est occupée par le titre et quelques informations techniques, la gauche par une série de liens qui permettent dans l'ordre : de regarder le film, de l'offrir en cadeau, d'en voir la bande-annonce ou de l'ajouter à une liste pour une lecture future. Les deux plages de

²⁰² Présentée par Michel Hazanavicius et Cédric Klapisch exceptionnellement en ligne uniquement pour cause de pandémie, les 6 et 7 mai 2020, lacinetek.com/fr/cine-club, consulté le 27 mai 2020.

contenus liées au ciné-club s'intercalent ensuite. La première comporte une vidéo hébergée sur la chaîne YouTube du catalogue. À partir de quelques explications et extraits du film, elle vise à encourager la participation à l'événement. À sa droite, un court texte fournit des détails sur la projection et ces modalités. La seconde section ajoutée à la page liste, sous forme de vignettes, les séances passées – *Suspiria* (Dario Argento, 1977), *la Règle du jeu* (Jean Renoir, 1939) *l'Avventura* (Michelangelo Antonioni, 1960) – et donne accès aux captations de ces dernières. Puis, les informations sur le film reprennent leur droit et le défilement de la page fait apparaître les bonus liés à celui-ci, sa fiche technique ainsi que d'autres œuvres associées ou reliées à lui par l'intermédiaire des métadonnées. La mise en page choisie par LaCinetek pour cette section semble donc construire sa propre maquette à partir du contenu déjà présent dans le catalogue. Pour ce faire, elle emprunte également des modules d'affichage utilisés dans les autres parties du catalogue. Le fait que la formule ciné-club soit venue s'ajouter à l'offre du site en cours de route n'est sans doute pas étranger à l'allure quelque peu bricolée du résultat et à la forme générale donnée à cet assemblage de parties déjà constituées. Dans tous les cas, l'esthétique de cette section contribue à briser l'impression de redondance que nous relevions jusque-là.

Tënk, le dernier de nos catalogues, fait également exception et pousse encore davantage la logique du sur mesure, s'éloignant ainsi un peu plus du recours systématique à la génération à partir de la base de données de pages standardisées. De prime abord, son allure générale ressemble aux autres, avec peut-être une dose de couleur supplémentaire. Les textes sont en blanc et noir, mais la page comporte de grandes zones d'un jaune éclatant²⁰³ alors qu'une partie des vignettes présentées sont teintées de bleu. On retrouve des modules d'affichage qui nous sont maintenant

²⁰³ On distingue dans celles-ci du grain et des silhouettes d'oiseaux. Le photogramme original provient du film *Step Across the Border* (1990) de Nicolas Humbert et Werner Penzel.

connus, un carrousel en haut composé de quatre cartons de couverture, parcourables en cliquant sur une série de boutons radio, ainsi que des tableaux de vignettes : l'un présentant la sélection de la semaine sous forme d'une mosaïque²⁰⁴, l'autre une série de cycles thématiques intitulés *Les plages de Tënk*. Entre ces deux sections, on aperçoit une image de fonds. Très élargie et teintée par un filtre bleu, elle ne laisse entrevoir qu'un petit bout de texture énigmatique. Il s'agit d'une photographie de l'écume d'une vague, retravaillée par l'équipe de Tënk à partir d'un cliché libre de droits. Par un effet de parallaxe, elle apparaît dans une fausse profondeur, comme si l'on avait découpé un rectangle dans la page pour la voir. L'impression de profondeur est renforcée lorsque l'on fait défiler le premier plan verticalement. Le second plan reste figé et l'on parcourt une partie du cliché agrandi. Ce jeu de perspective est repris dans les pages consacrées aux films. Le photogramme utilisé à la fois dans la vignette et comme image de couverture reste immobile alors que les sections d'information à son propos glissent sur lui et le révèlent à nouveau par fragments selon les découpes ménagées tout au long du canevas. Au-delà de l'effet de parallaxe que l'on retrouve également dans d'autres parties du catalogue, il faut encore noter une particularité de la page d'accueil de Tënk. Celle-ci occupe une place à part dans notre corpus par la place marginale qu'elle accorde au contenu extrait automatiquement de la base de données du catalogue. Seules les vignettes de la sélection hebdomadaire semblent s'afficher selon cette logique, alors que celles liées aux *plages* thématiques sont fixes. Même vides, dans le cas où tous les titres choisis auraient quitté le catalogue sans être remplacés, les vignettes des plages restent affichées dans l'accueil. Tënk partage donc avec Sundance Now et Filmstruck une préférence pour une page d'accueil relativement stable, avec des sections d'informations sur le fonctionnement du catalogue et un moindre espace accordé aux vignettes des films.

²⁰⁴ Chaque semaine de nouveaux titres sont ajoutés au catalogue. Ils sont accessibles pendant 2 mois.

Appuyé sur le même système de gestion de contenu que LaCinetek – la société française Kinow le fourni en quelque sorte clé en main²⁰⁵ –, le site de Tënk adopte lui aussi une maquette redondante pour l’habillage graphique des pages consacrées au film²⁰⁶. Par contre, il laisse à ses équipes de programmation et ses partenaires une plus grande liberté dans la structuration de leurs espaces en ligne. Cela produit une variation de la mise en page, au niveau même des contenus, entre les entrées d’une même section. Cet aspect est particulièrement visible dans la programmation thématique mensuelle offerte par Tënk en partenariat avec la Cinémathèque du documentaire²⁰⁷. Ces sélections appelées *Escapes*, dans la toponymie du catalogue, éclairent à chaque fois un enjeu particulier, qu’il soit d’ordre social : le travail des femmes, les migrations, les élections américaines ou à propos de la forme documentaire elle-même (ses liens avec l’animation, l’essai, la comédie, etc.). Les textes et les choix de titres proviennent soit des équipes à l’interne, de programmeurs indépendants, ou encore de collaborations avec des organismes ou des festivals consacrés à la promotion du film documentaire. Toutes les entrées comportent un texte de présentation (souvent bien fourni), une courte bande-annonce de promotion (vidéo intégrée en insert dans le texte), un tableau de vignettes ainsi que la présentation des programmeurs et des organismes partenaires. À partir de ce canevas de base, chaque entrée reçoit une dose d’unicité. Il peut s’agir d’une organisation différente des zones de texte. Un paragraphe supplémentaire est inséré après les vignettes, dans le cas du cycle « Des chouettes à midi » à propos du travail de Chris Marker. Ou alors, une division par mouvement sépare les paragraphes de la

²⁰⁵ Kinow est une entreprise française qui propose un système de gestion de contenu (CMS) orienté sur la diffusion en continu de vidéo pour le web.

²⁰⁶ Nous verrons comment Tënk met de l’avant de courts textes d’introduction pour chaque film et apporte ainsi une touche de personnalisation à la recommandation, tout en atténuant l’impression d’uniformité entre chaque entrée.

²⁰⁷ Pour en savoir plus sur le projet de cet organisme de construire un réseau de partenaires (notamment des bibliothèques publiques) et d’institutions françaises autour de la mise en valeur du cinéma documentaire, voir <https://cinematheque-documentaire.org/propos/presentation>.

thématique « Femmes au travail ». Maïté Peltier, responsable de la programmation pour un festival dédié au sujet²⁰⁸, choisit en effet de présenter sa sélection selon trois axes, des films portant sur l'exploitation, l'émancipation et la création. Et l'on peut encore mentionner l'Escale *Déclics!* dans laquelle trois films de trois réalisateurs sont appairés avec une carte blanche présentée par chacun d'eux. *Déclics!* tourne autour des rapports entre cinéma et photographie et les titres sont présentés par paires de vignettes, précédées d'un court texte d'explication du choix du cinéaste et du lien avec sa pratique. La maquette de la page se fait donc le reflet d'un projet de programmation, ici, explorer la démarche de trois cinéastes par des rapprochements électifs entre leur travail et les films qui les inspirent. La liberté accordée aux programmeurs en termes de structuration des contenus, dans l'articulation des paratextes autour des films, donne de la visibilité à l'intention qui guide les choix de programmation. La mise en valeur des titres peut alors se saisir des outils du web. Dans le cas de *Déclics!*, elle profite de l'agencement par binôme des vignettes et des renvois multimodaux entre ces dernières et le texte.

On se trouve donc devant un choix délibéré d'adaptation du canevas à la présentation des thématiques. Celle-ci va au-delà de la construction de sections au *look* distinct comme dans Fandor ou de l'ajout de nouvelles fonctionnalités montées en quelque sorte avec les moyens du bord comme nous l'avons vu avec l'exemple de LaCinetek. Nous concevons plutôt cette possibilité d'adaptation, d'individualisation des pages, dans une volonté générale de laisser chaque partenaire, chaque programmeur s'appropriier (du moins partiellement) l'habillage visuel de la page mise à sa disposition.

²⁰⁸ Lié à l'université de Poitiers, le festival se donne pour mission d'aborder la thématique du travail et ses enjeux par le cinéma : <http://filmerletravail.org/>.

4.1.3 Les vignettes sont partout ! Elles sont au cœur de la mobilisation des films

Elles affichent la matière visuelle des films par la présentation de photogrammes. On les retrouve dans toutes les sections des catalogues, où elles constituent le lieu d'inscription des films dans le système général des services de vidéo par abonnement. Leur rôle se trouve d'ailleurs renforcé par un aspect qui, sans les concerner directement, vient augmenter encore leur statut de représentant des films sur le plan graphique. Dans les pages consacrées aux titres, là où l'on peut démarrer la lecture de ceux-ci, la matière visuelle des films reste cantonnée à l'espace du lecteur. D'abord limitée au photogramme devenu image de couverture, comme on a pu le voir précédemment, elle est maintenue à l'écart du reste de la page par le lancement du lecteur vidéo. Celui-ci s'ouvre le plus souvent en surimpression (*overlay*). Le reste de la page s'efface alors derrière un masque noir semi-transparent. Si, par contre, le lecteur est directement intégré à la structure de la page, à la manière des cadres vidéo popularisés par les plateformes YouTube ou Vimeo, la séparation reste effective. Les bords du lecteur se chargent de contenir les images, les découpant sur l'arrière-fond et les démarquant du reste des contenus. Il n'y a pas d'instances de mélange ou de renvoi graphique entre ce qui est montré et le contexte de visionnement, c'est-à-dire, en premier lieu, le reste de la page²⁰⁹. L'internaute désireuse de s'immerger dans les images préférera vraisemblablement faire place nette et mettre le film en plein écran, mais avant même ce geste de focalisation, les catalogues ont déjà acté une forme de séparation. Celle-ci renforce le rôle d'intermédiaire du photogramme. Il devient alors le seul représentant de la matière visuelle des films. Les affiches présentées, elles aussi, sous forme de vignettes, peuvent certes jouer un rôle similaire. Leur relation

²⁰⁹ Netflix expérimente beaucoup autour de l'utilisation de la matière visuelle des titres présentés dans l'habillage graphique de son catalogue. L'une des fonctionnalités qui a fait son chemin jusqu'à un développement massif auprès des abonnés lance un extrait vidéo directement sur la page d'accueil et au passage de la souris sur chaque vignette présentée. Cela pose une série d'autres enjeux. L'internaute se trouve notamment assailli par une cascade intempestive d'images et de sons.

avec les titres est cependant moins directe. Les affiches et autres contenus promotionnels renvoient aux films par allusion, par la mise en lumière de certains traits caractéristiques des œuvres. Dans tous les cas, les versions numériques font donc l'objet d'une double transformation : une première phase de réduction, par sélection d'un unique photogramme (d'une affiche ou d'un contenu promotionnel), une seconde phase de mobilisation par l'intermédiaire de la vignette. Comme nous allons le voir maintenant, les vignettes jouent en effet un rôle central dans l'inscription des films au sein du milieu du web.

Commençons par décrire la place, la portée et la fonction de ces petites images rectangulaires, aussi bien élément graphique, zone de texte animée et lieu d'action, puisqu'elles constituent le point d'accès incontournable vers les films. On les retrouve sur toutes les pages des catalogues : dans l'accueil, dans de grandes grilles qui exposent l'entièreté des titres offerts, classées par sélections thématiques dans des pages dédiées, ou alors au fil des textes dans les programmations plus élaborées comme le *Parcours découverte* de Tënk – une initiation à la cinéphilie documentaire –, mais aussi dans les pages informatives des catalogues (à propos, tutoriel, page d'aide), ainsi que dans les blogs et dans les fils de réseaux sociaux des services cinéphiles. De toutes tailles, elles sont présentées le plus souvent sous la forme de grilles : des listes ou des tableaux de plusieurs colonnes. Elles sont enfin générées dynamiquement par quelques lignes de code qui convoquent des informations stockées sous forme de base de données XML. Cela les rend facilement interchangeables. Par de simples paramétrages, les gestionnaires des sites peuvent modifier la sélection des titres affichés sur une page, par exemple pour les mettre à jour, ou même choisir de produire à chaque chargement par le navigateur un nouvel assortiment selon des variables *ad hoc*. Sur le plan visuel, elles se composent d'un mélange d'images, d'éléments graphiques (des lignes, des zones de couleur) et de texte, auxquels viennent s'ajouter parfois des icônes (le logo de Criterion permet ainsi

de faciliter le repérage des titres du distributeur dans le catalogue de Filmstruck). Derrière ce que l'on voit à l'écran, leur programmation s'effectue par enchâssement de balises-objets les unes dans les autres. Dans l'ordre, on trouve un conteneur, une base qui englobe tous les éléments de la vignette, un arrière-fond, affichant le plus souvent un photogramme, et une zone de texte avec son propre fond (qui peut couvrir tout ou partie de la vignette). L'arrière-fond est semi-transparent afin de détacher les caractères du texte et d'améliorer leur lisibilité, sans toutefois cacher l'image. Il est intéressant de décrire cette construction en couches successives, dont les paramètres (couleur, forme, transparence, animation) peuvent être modulés indépendamment les uns des autres, car elle introduit le photogramme, sa matière visuelle stockée dans la base sous forme d'image numérique, au sein des constructions du web. Celles-ci reposent sur un fonctionnement processuel. À chaque ouverture de la page, le navigateur va refaire l'assemblage des différents éléments, remonter en quelque sorte la vignette. On peut ici retenir deux points. En premier lieu, la nature modulaire de la vignette permet d'y afficher, à la volée, des séries d'information issues des métadonnées des films : les titres, des informations techniques, les noms de certains des acteurs, des classements par genre, par collections ou par sections, etc. Les données sur le film ainsi puisées dans la base peuvent changer selon que le titre est affiché à un endroit ou un autre dans le site. En second lieu, il est aisé d'en modifier les paramètres, que ce soit pour changer l'habillage graphique d'une section ou du site entier, ou pour, nous l'avons abordé précédemment, recombinaison des vignettes dans d'autres assemblages thématiques. Les vignettes de The Criterion Channel s'écartent un peu de cette règle. Peut-être à cause du manque d'adéquation entre les souhaits du distributeur et les outils technologiques fournis par la plateforme Vimeo²¹⁰, elles intègrent dans ce cas les informations et le photogramme dans une seule image. L'ensemble prend les traits d'un carton sur fond gris, avec le

²¹⁰ Pour rappel, celle-ci assure l'hébergement et le fonctionnement technique du catalogue.

photogramme rogné et adapté en format portrait, placé à la gauche du rectangle formé par la vignette. Sur la partie droite du carton, le nom du cinéaste apparaît en jaune en haut, suivi par le titre en caractère plus large et en blanc. Collé au côté droit, un petit badge indique la date de sortie du film. Dans les autres catalogues, la forme et la couleur des vignettes les font ressortir sur la page, ceci par contraste avec le fonds sobre et le reste du canevas. La place relativement modeste accordée au photogramme dans les vignettes de la Criterion Channel provoque un effet inverse. On peine à les distinguer du fonds²¹¹.

Que montrent en général ces petites fenêtres cliquables ? Des instantanés extraits des films pour la plupart, mais pas n'importe lesquels. BFI Player choisit de se concentrer sur des portraits. Les grandes vignettes du catalogue montrent quelques acteurs en pied, mais la plupart du temps il s'agit d'images cadrées sur le visage d'acteurs ou de réalisateurs connus, en plan épaule ou moyen (donnant à voir dans ce dernier cas deux trois personnes). Nous l'évoquions précédemment ce choix s'inscrit dans un parti pris esthétique qui oriente tout le catalogue en ligne de l'institution autour du visage humain. Mais on retrouve une préférence pour les photogrammes présentant des visages, *a fortiori* iconique, dans une majorité des catalogues de notre corpus. La tendance semble d'ailleurs se renforcer avec le temps. Lorsque l'on observe l'évolution des pages d'accueil de Filmstruck et de Mubi sur plusieurs années, on constate effectivement ce phénomène de concentration des types de plans choisis. En 2016, la liste de grandes vignettes de Mubi contient déjà quelques visages, mais ceux-ci gagnent progressivement du terrain avec les années. Du côté de Filmstruck, le service introduit dans sa page d'accueil un bandeau de vignettes de format portrait, en 2017. Ces médaillons vont également se concentrer petit à petit sur les visages des

²¹¹ Dans les lignes de vignettes de la page *Browse*, les entrées consacrées aux autres types de contenu (collections thématiques, entrevues, productions maison et programmes spéciaux) ressortent avec davantage d'éclat. Elles sont travaillées individuellement et dans l'ensemble plus colorées.

acteurs. Au-dessus, dans l'en-tête, le processus est le même. On voit que les images montrent de plus en plus de visages en plan rapproché, jusqu'à culminer dans un montage de photogrammes de 2018 uniquement constitué de portraits. S'il fallait un contre-exemple, Filmatique met à jour une partie de son site en 2020 pour basculer vers l'affichage de vignettes tirées de photogrammes. Là, les plans et les sujets présentés débordent le motif du portrait. Il y a des scènes d'intérieur, des images marquantes (un homme devant un feu, au fond d'une piscine, devant un éléphant), des inserts et des paysages (urbains ou plus lointains). En termes de point commun aux différentes offres cinéphiles de notre corpus, par contre, toutes les images sont lisibles, pas d'abstraction (mis à part les titres issus du cinéma expérimental que Mubi a quelquefois osé programmer) et peu d'images nécessitant un effort de décodage (par leur faible exposition par exemple). La vignette doit s'offrir à une lecture immédiate et évoquer rapidement quelques éléments du film (son acteur principal, son genre ou son lieu de tournage, par exemple). Sa capacité d'évocation est d'autant plus importante qu'elle est amenée à fonctionner malgré des conditions difficiles.

Deux enjeux de lisibilité peuvent, en effet, être brièvement évoqués. Le premier concerne la versatilité de ce type de module d'affichage. Dans les maquettes graphiques des catalogues, les vignettes peuvent renvoyer au-delà des films à un ensemble de contenus différents. On l'a vu, elles représentent parfois une série de titres réunis dans une collection thématique et affichent alors un montage des photogrammes de ceux-ci ou simplement une image évocatrice avec, en surimpression, la liste des œuvres concernées. Un peu dans le même ordre d'idée, Fandor et Mubi les utilisent pour mettre en valeur les listes construites et partagées par les abonnés. Sur les pages consacrées aux films, Mubi propose en effet une section de trois vignettes précédées du titre *Également dans ces listes*. Chacune des entrées se compose d'un montage de photogramme (toujours puisés dans la base de données). Juste en dessous figure un bandeau blanc dans lequel on trouve le titre de la

liste, son auteur, le nombre de films qu'elle contient ainsi que le nombre de personnes qui ont choisi de s'y abonner. Mais les vignettes peuvent aussi mener à des productions maison, fournies en supplément du visionnement des films et parfois sans lien apparent avec un titre ou un cinéaste. The Criterion Channel propose des courts métrages documentaires autour de la découverte de petites salles indépendantes aux États-Unis, par exemple. Davantage en lien avec les films, les catalogues offrent également des entrevues à teneur cinéphile avec des acteurs ou artisans du cinéma connus (*Adventures in Moviegoing* de Criterion) ou encore des programmes spéciaux (les *double feature* de Criterion, les séances de ciné-club de LaCinetek, les plages de Tënk). Tous ces contenus répondent d'une taxonomie générale. L'habillage des vignettes dépend à chaque fois du cycle auquel elle se rapporte : des plus élaborés, un grand ticket de cinéma jaune en surimpression pour les *Adventures*, aux lettrages iconiques des frontons des salles commerciales pour les *doubles features*, au plus simples, un filtre de couleur, un jeu de caractères différents. Cette diversité de contenus, tous représentés sous la forme de vignettes dans les présentations en succession de lignes des pages d'accueil, nécessite néanmoins un temps d'adaptation pour comprendre à quel type de sélection ou de paratexte ils se rapportent.

Le second enjeu concerne la capacité des photogrammes à être perçus à l'intérieur de la vignette. Souvent, ils ne sont, en effet, que partiellement visibles. Ils peuvent être dissimulés, soit par leur réduction à une portion congrue d'un carton informatif (The Criterion Channel), soit par l'ajout en surimpression d'un nombre important de métadonnées. La plupart de nos catalogues choisissent, en effet, d'afficher ces métadonnées dans une couche de contenu superposée au photogramme. Le texte occupe donc l'image par ses bords (généralement depuis le haut et le bas). Suivant la longueur des titres et la taille de la fonte relativement à celle de la vignette, les caractères oblitèrent complètement l'image d'arrière-fond. C'est le cas notamment dans la maquette choisie par Tënk. Les photogrammes semblent déjà assombris par

l'application d'un filtre qui en réduit la luminosité, sans doute pour faciliter la lecture des textes. Les titres, le nom de l'auteur et la date sont inscrits en majuscule et en blanc. Ils sont alignés en haut à gauche de l'image. Lorsque la vignette ne se trouve pas mise en saillance par agrandissement, par exemple dans le tableau listant toutes les œuvres offertes dans le catalogue, l'image peut se trouver complètement recouverte par le texte. Le phénomène s'accroît dans le cas des longs titres. Pensons au cas, certes d'ordre extrême, de la série pensée pour la télévision par Jean-Luc Godard et Anne-Marie Miéville *Six fois deux sur et sous la communication - épisode 1B : Louison* (1976), dont le titre à tiroir occupe la quasi-totalité de l'espace disponible. Reste qu'une telle série de choix esthétiques, sans doute le fruit de compromis avec les possibilités offertes par le système de gestion de contenu, révèle néanmoins une disposition à conférer au texte davantage qu'à l'image le rôle de signaler les œuvres dans les tableaux de vignettes. C'est à travers lui, par un titre ou un nom (re)connu que l'internaute est appelé à faire son choix dans la grille et non pas à partir des images, réduites quant à elles à apparaître en trame de fonds. En parallèle à la place ainsi occupée par les informations techniques, la visibilité des photogrammes pâtit également de la multiplication des sources de contenu à afficher dans les vignettes. Si LaCinetek a choisi de placer les informations techniques sur les films dans une zone de texte située en dessous du photogramme²¹², elle ajoute néanmoins, sur certaines des vignettes qu'elle présente, le ou les noms des cinéastes qui recommandent le film ou alors un petit badge indiquant la présence de bonus vidéo. De telles volontés d'ajout d'éléments superposés aux photogrammes semblent insatiables. Elle se prolonge si l'on prend en compte les animations ajoutées aux vignettes lorsque l'internaute passe le pointeur de la souris au-dessus de l'image. Le

²¹² Le choix d'une forme de vignettes proche du 4/3 permet cette juxtaposition sans rogner ou modifier l'aspect ratio de la plupart des photogrammes issus de films récents. Paradoxalement, pour les copies au format 4/3, les photogrammes sont modifiés (agrandissement et rognage) pour correspondre à du 16/9 et ainsi entrer dans l'espace de la vignette qui leur est consacré.

plus souvent, le texte se déplace pour laisser place à des compléments d'information. Même si l'on se limite aux vignettes des films, on peut observer une variété de contenus ajoutés et de transition pour les faire apparaître. Chez BFI Player, c'est un extrait du synopsis qui glisse depuis le bord inférieur de la vignette. Tënk adjoint à ses vignettes une description du film, ainsi qu'un décompte du nombre de jours restant pour le voir sur le site. Du côté de Filmatique, dont les vignettes sont ornées d'un unique bouton lecture, l'animation en *hover* affiche le titre, une description et une série de boutons : lecture, *learn more*, et *+watchlist* qui permet l'addition de l'œuvre dans une liste de favoris²¹³. Ce dernier élément nous indique d'ailleurs que l'activation de la vignette par le passage du pointeur sur l'image va au-delà de l'affichage d'éléments supplémentaires. Elle ouvre à la manipulation de la vignette, et donc, par son intermédiaire, à l'inscription du film au sein des fonctionnalités offertes par le catalogue. Lorsque l'on survole les vignettes de LaCinetek, un cadre jaune s'affiche autour de l'image. Dans son coin supérieur droit, deux boutons signalés par des icônes permettent d'ajouter le film au panier ou de l'offrir à quelqu'un d'autre²¹⁴. Retenons cette possibilité de manipulation du film par sa vignette. Avant de poursuivre nos observations, il faut encore relever qu'en tant que sites d'action les vignettes contribuent à donner de la vie à l'ensemble des catalogues. En groupe, elles forment de rares espaces actionnables. À travers elles, l'internaute peut mettre en mouvement quelqu'un des éléments de la page. Bien que l'interactivité qu'elles proposent soit très limitée, l'effet de signe provoqué par l'apparition de texte ou le changement de la teinte d'une image vient briser la stase générale et donner une tournure plus dynamique à l'ensemble.

²¹³ Une mise à jour du site effectuée au printemps 2020 retire toute forme d'animation des vignettes.

²¹⁴ Rappelons que LaCinetek repose sur un modèle hybride entre un fonctionnement transactionnel et un abonnement mensuel.

4.1.4 L'emprise du canevas : réplication de la forme et substitution de la relation avec le film

Que faut-il retenir des diverses considérations esthétiques évoquées jusqu'ici ? Tout d'abord, l'habillage graphique est fortement marqué par les modèles de référence du web. On ressent la structuration par blocs des éléments de contenu. Les formes dominantes sont celles de la grille et de la liste. La grande influence du web transparaît aussi dans l'omniprésence de la donnée et de la quantification. À parcourir les pages des catalogues, on rencontre beaucoup de nombres : le décompte des titres d'une sélection, la somme des recommandations associées à un film, des dates, des durées, etc. Mais l'influence du milieu du web se joue également sur un autre plan. L'actualisation de l'expérience cinéma sur le web passe par l'entremise du canevas. Le visionnement est marqué par l'emprise de ce dernier. Et il faut comprendre cette notion d'emprise, selon son double sens. Le canevas marque l'expérience par son *empreinte*, c'est-à-dire par la place qu'il occupe dans l'esthétique générale des catalogues, et par son *influence*, notamment son action de transformation ou de traduction des titres par la convocation des photogrammes dans les vignettes.

Nous avons observé son empreinte dans la redondance de l'habillage graphique des sections et des pages des catalogues ainsi que dans les différentes reprises d'un petit nombre d'éléments pour les afficher dans des modules générés dynamiquement. Au cours de ces processus de recombinaison, les contenus convoqués le sont toujours à travers un canevas préétabli. La présence de celui-ci, son action homogénéisante, transparaît de manière accrue lorsque les pages individuelles ne font que marginalement l'objet d'un travail d'adaptation. En tant que passage obligé de la convocation des contenus stockés dans les bases de données des sites, le canevas marque aussi l'esthétique des catalogues sur le plan de la multimodalité. Les nombreux chevauchements entre les textes et les images sont fixés une fois pour tout. Le fait qu'ils soient dictés par une maquette unique et non pas ajustés à chaque

juxtaposition de bloc de contenu ou à chaque surimpression d'un texte sur une image provoque des petits accrocs et le manque de construction sur mesure s'observe au fil des pages des catalogues. On peut également constater la centralité du canevas dans la répétition du *design* des parties informatives des sites, de la présentation des services, aux sections d'aide, en passant par les aspects légaux et les informations techniques. On trouve donc bien dans l'esthétique de nos catalogues la marque de la *redondance d'automatisation* que nous évoquions à partir de la lecture de Félix Guattari par Gary Genosko. Avant même de considérer le travail des systèmes de recommandation et leur fonctionnement proprement a-signifiant, déjà sur le plan du déploiement de la forme des catalogues, on peut constater que l'automatisation de leur esthétique provoque une homogénéisation en direction de formes dominantes de mise en visibilité.

Si l'on se déplace du côté de l'influence exercée par les canevas, toujours envisagé comme des points nodaux de la convocation et de la présentation des contenus, celle-ci semble se jouer entre deux pôles. Le premier renvoie à l'optimisation de la présentation des contenus. Inscrite dans une tendance générale propre au milieu du web, cette recherche d'efficacité oriente les choix graphiques de mise en page et de structuration des contenus visuels des catalogues. Comme nous le verrons à la troisième section de ce chapitre, elle ouvre également la voie et facilite la gestion de l'affichage par les algorithmes ainsi qu'à la collecte de données à propos des actions des internautes sur le site. Nous en prenons note dans notre cadre théorique, la structuration du milieu du web incite, voire contraint les acteurs à tendre vers ce premier pôle par la mise en conformité de leurs sites. L'observation de la forme des catalogues permet néanmoins de situer un second pôle qui travaille à particulariser certains aspects des espaces consacrés aux films. Sans être complètement opposé au premier, cet autre mouvement ouvre quelques pistes d'adaptation des formes graphiques aux films et aux paratextes présentés.

Indépendamment des deux tendances décrites à l'instant, la réplique des photogrammes dans les catalogues est orchestrée par le canevas. En cela, elle contribue, dans notre lecture, à mettre en lumière la place et l'influence de ce dernier et, plus spécifiquement, son rôle de catalyseur dans le déploiement des nombreuses pages des catalogues. Il faut néanmoins revenir une dernière fois sur son fonctionnement au sein du mécanisme de la vignette pour comprendre son action sur le plan plus général de l'actualisation de l'expérience cinéma. Nous l'avons mentionné plus tôt, choisir un unique photogramme pour représenter le film dans la succession des pages menant à celui-ci permet d'assurer l'efficacité de la navigation, de garantir son repérage, mais aussi de préserver la capacité de *pré-vision* de la vignette (celle-ci donne un aperçu de ce qui suit). À cela s'ajoute, selon nos observations, la nécessité de maintenir la fonction de représentation de la vignette. Lorsqu'elle apparaît dans une grille, lorsque l'internaute manipule une liste par des fonctions de tri ou de classement, c'est le film dont il s'agit et non pas de l'une de ses parties (le photogramme, comme le titre ou son auteur d'ailleurs). La vignette doit *valoir* pour le film entier dans l'économie des catalogues. En considérant que la matière visuelle du film passe principalement par le photogramme, on comprend que la vignette et le dispositif dans lequel elle s'inscrit travaillent à préserver la relation entre celui-ci et le film. Ce faisant, la fonction indicielle de la vignette, celle qui lui permet d'offrir une prévisualisation de ce à quoi elle réfère, se trouve projetée sur la relation entre le photogramme et le film. Le premier devient le représentant du second par la prolongation, ou plutôt l'extension d'une logique du web au régime du cinéma. Dans le giron de ce dernier, l'image portée par le photogramme est plutôt considérée comme un fragment du film²¹⁵. Le photogramme correspond à une ponction dans la série d'images portée par la pellicule, ce qui lui confère, à la fois une nature différente,

²¹⁵ Le chapitre « Considérations actuelles et retour épistémologique » explore les significations que le champ des arts numériques et de l'image en réseau accorde à la notion de fragment et comment celle-ci diffère de son acception au sein des études cinématographiques.

par sa fixité bien sûr, et surtout un aspect parcellaire par rapport aux *mouvements du film*²¹⁶.

Il faut considérer ce que le dispositif des catalogues fait de cette relation. L'actualisation sur le web provoque une substitution au sein de la relation entre le photogramme et le film. La représentation remplace le fragmentaire. Au-delà de la nature de ce mouvement de substitution, il faut interroger ce à quoi il participe. La projection d'un processus du web sur une partie des liens tissés entre les éléments du dispositif cinéma permet, en effet, le déploiement de la *mobilisation* des films par l'intermédiaire des vignettes. Pour rappel, Bruno Latour (1985) nous enjoint à observer les effets de l'inscription des images dans un régime qui permet de les saisir, de les traiter (accès, visionnement, combinaison) et, surtout, de les accumuler. Si l'on reprend les enseignements de l'École de la traduction, ce processus de mobilisation passe par le choix d'*alliés* qui joue le rôle d'intermédiaire. Cela fournit un élément de réponse à notre question de départ qui s'interrogeait sur les conséquences de la mobilisation des films à travers la matérialité des catalogues cinéphiles. La transcription des films dans des unités, stockables et manipulables par l'intermédiaire des logiques du numérique (que ce soit avec le concours de l'internaute ou par des processus automatisés), repose sur le rôle de représentation endossé par la vignette et, sur son corollaire, la substitution de la relation entre l'image qu'elle présente et le film auquel elle renvoie.

En conséquence de la mise en avant d'un unique photogramme pour illustrer le film et finalement s'y substituer au sein du dispositif du catalogue, le débalancement que nous évoquions plus tôt à propos de la redondance ou de l'individualisation des pages

²¹⁶ Selon la notion choisie par Jean-Pierre Esquenazi pour exprimer la conception deleuzienne du cinéma en tant qu'*image du temps*. « L'idée de film, le problème qui innerve le comportement des personnages, resterait abstraite et détachée de son actualité si elle n'était pas consubstantiellement arrimée à une forme du temps, une manière de vivre le temps » (Esquenazi 2017, 60).

abritant les films prend de l'importance. Si la mise en page des films dans le catalogue est toujours la même, quel que soit le genre ou le type de film (fiction, documentaire, expérimental, par exemple), comment chaque film peut-il jouir d'un « contexte » visuel unique ? Il faut en effet rappeler un trait constitutif de l'expérience cinéma comme nous l'envisageons dans cette thèse. Il s'agit de la capacité de la projection à proposer un événement différent à chaque fois. Celle-ci n'est pas à chercher dans le fonctionnement du projecteur, même s'il est vrai que la rencontre entre la lumière et la pellicule (ou la cellule numérique) offre à chaque fois un spectacle unique. Tenant compte de la consommation incarnée et contextualisée des films selon notre conception de l'expérience cinéma ouverte avec la matérialité de l'expérience humaine chez Benjamin, il faut plutôt considérer ce qui précède et entoure le visionnement. Une variété de lieux de projection qui forment tout autant de contextes divers et variés autour du visionnement des films, dans des salles commerciales, des cinémas de quartier, d'art et essai, des ciné-clubs, des festivals, des événements extérieurs et, bien sûr, des ciné-parcs. À ne considérer que l'action d'aller au cinéma, on pourrait déjà mentionner les différents éléments visuels rencontrés en chemin par la spectatrice : des affiches (dans la rue et dans le cinéma), du matériel promotionnel, des photos de tournages que l'on trouve encore dans les vitrines de petites salles, et bien sûr, des architectures. Ces différentes configurations de lieu s'ajoutent toutes à l'image projetée à l'écran. La diversité d'intrants rencontrés en sus lors de l'expérience de visionnement concourt d'ailleurs à faire de la projection un moment marquant. Malgré une série de cadres, d'invariants qui constituent l'expérience cinéma, un lieu obscur, un public, une projection, ces détails visuels brisent la régularité et contribuent à la possibilité d'une remémoration cinéphile dans l'après-coup de la rencontre avec les images. Un tel contexte visuel spécifique se déploie d'ailleurs aussi, quand bien même sous une forme différente, dans le cas des vidéogrammes, à partir du coffret qui accueille le disque, mais aussi incidemment depuis l'interface graphique, le menu, créé sur mesure pour paramétrer et lancer le

visionnement. Par contraste, la présentation des films dans les systèmes des catalogues repose sur la réutilisation d'une matière visuelle relativement pauvre, en grande partie celle issue d'un unique photogramme par titre, plongé dans un océan de redondance. Tous les films sont traités à la même enseigne, et ce jusqu'à la mise en forme des pages qui leur sont consacrées dans la majorité de nos catalogues.

Mubi et Fandor sont parmi les premiers services à mettre en place des stratégies pour tenter de compenser ce manque. Cela passe par l'ajout dans la page du film de nouvelles vignettes. Mubi tire profit d'une riche base de données constituée au fil des ans depuis sa création en 2007. Pour le film *L'Année dernière à Marienbad* (Alain Resnais, 1961), le catalogue présente quatre sections d'images : les portraits des acteurs et artisans du film sous le titre *Casting*, une liste présentant des articles reliés du *Notebook* (introduits chacun par une vignette), trois montages de photogramme pour mentionner des listes d'utilisateur contenant le film et, enfin, des *Films associés* également représentés par leur vignette (selon un modèle graphique similaire à celui de la page d'accueil, bien que de plus petite taille et moins large pour permettre leur affichage dans un tableau). Mise à part les visages des acteurs qui peuvent faire écho à leur personnage dans le film ou un pareil renvoi du côté des images placées dans les vignettes des articles, la matière visuelle du film dépend donc toujours du photogramme agrandi dans l'image de couverture pour apparaître dans la page. Il est vrai que l'ensemble d'images présenté est alors unique pour chacun des espaces consacrés aux films. Néanmoins, la sélection et l'organisation des vignettes renvoient encore une fois à la base de données et, plus spécifiquement, aux associations tissées entre les contenus par les algorithmes. On tient donc bien ici l'une des particularités du regard cinéma offert sur les catalogues. Il y a peu de variation entre les différents espaces visuels de présentation des films. Il ne s'agit pas de plaider par conséquent pour une adaptation des paramètres du visionnement pour chaque titre. Bien davantage, on peut constater que, dans l'organisation des éléments qui conduisent au

film, le milieu du web confie en définitive aux paratextes le rôle de mise en contexte des œuvres et de préparation des audiences à leur réception. C'est à eux que revient ce rôle, car les aspects esthétiques des structures des catalogues et la matière visuelle qu'elles organisent sont soumis à d'autres finalités, notamment par leur orchestration de façon standardisée dans des canevas préconçus.

Afin de mettre les différents aspects évoqués jusqu'ici en perspective, reprenons la dialectique entre sélection et saturation abordée dans notre cadre théorique. Nous l'évoquons en tant que composante de l'expérience cinéma envisagée dans sa forme contemporaine. On peut voir la *selective numbness* décrite par Thomas Elsaesser (2009), une compétence indispensable face à l'abondance des contenus en circulation, comme une manière de surmonter également la redondance de l'esthétique de nos catalogues. L'internaute doit pouvoir constamment faire le tri entre les structures répétitives et ce qu'elles accueillent. En contrepartie, les services de vidéo par abonnement lui offrent une facilité d'accès aux titres inégalée. Ainsi, l'automatisation de la forme des catalogues représente le moteur de leur expansion. Sur le plan de leur esthétique générale, la place occupée par les canevas constitue la cause de l'homogénéisation des maquettes graphiques. Elle se fait aussi l'indice d'une plus large configuration du milieu du web. Comme nous l'avons vu, les catalogues cinéphiles adoptent les processus créatifs et les formes dominantes du web. Sur le plan de la présentation des titres, du lien entre les versions numériques des films et l'expérience de leur visionnement, le changement de relation entre le photogramme et le film décrit plus tôt révèle une modification plus profonde. Ce glissement peut, en effet, s'envisager comme un changement des relations qui lie les éléments du dispositif entre eux, selon notre idée d'un *regard cinéma en ligne* envisagé comme tel. Dans la *relocalisation* décrite par Francesco Casetti, la référence à l'expérience de la salle est constante. Elle est à comprendre comme une recherche d'authenticité ; on saisit la nuance quand l'auteur se réfère à la *relocalisation* de l'image du monde sur

l'écran observée par André Bazin. Une telle recherche se donne malgré les différences et s'appuie sur une *idée de cinéma*, à la fois réactualisation et mise en jeu d'une mémoire associée à celui-ci. À l'aide des explications de Casetti à propos de son emprunt du concept d'authenticité chez Walter Benjamin, on peut également appréhender le rôle du fragment dans cette activité de liaison entre plusieurs expériences, leur passé et leur projection dans de nouvelles formes. La *relocalisation* du cinéma passe par la reconnaissance, l'entretien et la mise en valeur de fragments de l'expérience du film en salle, que ce soit à partir littéralement des extraits des films, dans les activités de remontage par exemple, ou plus indirectement par la reprise rituelle d'une portion de l'expérience de la projection. Comme développé précédemment, de telles actions de remémoration/réactualisation se trouvent mises en péril par l'absence d'un contexte visuel adapté à chaque œuvre. Ce que la substitution au cœur de la vignette déplace concerne un aspect de la manière de donner à voir les films. À travers elle, le photogramme devient un *intermédiaire valide* en vue de la *mobilisation* des titres, ceci à la condition de modifier le lien qu'il entretient avec l'œuvre. Il passe de l'état de fragment à celui de représentant de la matière visuelle du film et d'indicateur graphique dans le système d'accumulation, de classement et de diffusion des catalogues. De fait, une partie du dispositif que nous décrivons ici s'oriente vers cette finalité empruntée au milieu du web. Il s'agit de *mobiliser* les films pour assurer leur mise en circulation, leur accumulation et leur manipulation (c'est-à-dire aussi garantir leur « mobilité » entre les différentes plateformes et appareils de diffusion).

4.2 Les sélections de titres et leur mise en visibilité par les discours cinéphiles (axe 2)

La deuxième partie de notre développement aborde les discours entourant les films programmés sur les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement. Ayant toujours

en tête cette offre de regard que nous choisissons d'aborder comme un dispositif, nous sommes maintenant attentifs aux relations qui lient les copies numériques et leurs paratextes. L'une des lignes de force de cette relation réside dans la capacité des seconds à accompagner les abonnés dans de nouvelles formes d'engagement avec les films. Nous explorons donc dans cette section les efforts des services pour aider les internautes dans leur choix de titre à visionner. Cela concerne la sélection des films offerts, leur mise en visibilité à l'intérieur de séries dans des programmations, leur éditorialisation au diapason de l'actualité. Ce faisant, nous suivons toujours notre conception de la distribution en tant qu'organisation de la circulation des textes et de leur consultation. À la suite d'une description du ton, du format et des thématiques abordés par les paratextes, nous verrons quel type de cinéphilie, à la fois éclectique et sur-mesure, est promue par les catalogues. Au sein de la médiation technique décrite plus tôt, en particulier au cours du processus d'acculturation des audiences au *regard cinéma en ligne*, on s'intéresse à la forme d'appropriation des films proposée aux abonnés.

4.2.1 La programmation des catalogues : présentation des sélections et exploration de l'offre

Il apparaît judicieux d'ouvrir l'exploration des programmations proposées sur les catalogues cinéphiles en ligne par l'évocation des discours produits par ceux-ci à propos des sélections qu'ils proposent. Se baser ainsi sur la présentation par les catalogues eux-mêmes des grandes orientations de leurs sélections ne vise pas à mettre en lumière d'éventuels décalages entre ces discours et la réalité des sélections offertes, de tels écarts sont inhérents à la mise en valeur marketing de l'offre, il s'agit plutôt de préciser leur place au sein du champ plus vaste de la distribution en ligne des longs métrages. Les communications émises par les catalogues dans le but de positionner leur programmation et de présenter leurs processus de curation des films sous un jour favorable constituent, en effet, un point de départ nécessaire. Il serait à la

fois bien difficile et sans doute relativement inutile de tenter de comparer les titres proposés au sein de notre corpus avec ceux d'autres magasins en ligne, soit parce que ceux-ci relèvent d'un tout autre ordre de grandeur (Apple TV, Amazon Prime video et consorts), soit, dans le cas de catalogues spécialisés, parce que l'offre peut se limiter, au contraire, à un genre ou un format précis (Shudder ou Anime Digital Network). Selon notre intérêt déjà évoqué pour l'observation des dynamiques de circulation, il faut enfin remarquer que les échos des discours des services dans la presse spécialisée, cette dernière jugeant de la pertinence des affirmations émises par les catalogues, viennent encore renforcer la pertinence de cette approche.

Lorsqu'il s'agit de décrire leur programmation en quelques phrases efficaces, les communications des services gravitent toutes autour de trois grands thèmes : l'héritage cinématographique, l'ouverture de leur programmation sur le monde et la diffusion de productions à la fois modestes, originales et moins visibles (un mélange de caractéristiques souvent associé au cinéma dit indépendant, en particulier dans le monde anglophone). Parallèlement, à cette première orientation, les catalogues insistent tous, chacun à leur manière, sur la qualité de leur sélection, c'est-à-dire sur le processus conduisant au choix des titres présentés. Ici, l'image récurrente vendue aux abonnés est celle d'une sélection effectuée à la main, à laquelle sont associés par analogie des attributs de qualité, d'originalité et la mise en valeur de propositions de visionnement conçues sur mesure par des humains, et non pas par l'intermédiaire d'un calcul informatique. Afin de préciser ces différents points, passons en revue quelques exemples tirés des discours produits par les catalogues et affichés sur leurs sites, dans leurs infolettres ou repris et commentés dans la presse.

Filmstruck, dans la version de février 2018 de sa page d'accueil, choisit d'accueillir l'internaute avec une vidéo diffusée en boucle. Elle est constituée de courts extraits de longs métrages iconiques de l'histoire du cinéma. Chacun reçoit un titre, « Great

Kisses », « Great Dances », ...*Fights*, ...*Loves*, et ainsi de suite. En dessous, trois vignettes invitent à entrer dans le catalogue par les deux principales librairies du service : *Great Film from TCM select and The Criterion Collection*, ou alors en suivant la piste des acteurs (*Great Hollywood Stars*) ou celle des cinéastes (*Great Filmmakers*). Un court paragraphe de texte suit. Son titre tient du slogan sans détour « All the Greats », puis on lit : « Stream your favorite classic and arthouse films or explore new genres with a library that's constantly curated for the constantly discerning. Our library is updated each week with titles from the world's greatest independent collections. Only FilmStruck has all the greats ». La sélection de titres présentée ensuite sous forme de grandes vignettes parachève le tout en illustrant l'orientation souhaitée du catalogue autour de classiques parmi les plus porteurs. Le 27 février 2018, on y trouve *Les parapluies de Cherbourg* (Jacques Demy, 1964), *The Music Man* (Morton Dacosta, 1962), *Eraserhead* (David Lynch, 1977), *8½* (Federico Fellini, 1963), *An American in Paris* (Vincente Minnelli, 1951) et *Stagecoach* (John Ford, 1939). BFI Player utilise le même adjectif, cette fois, pour vanter la portée mondiale de son offre : « The greatest global cinema on demand », créant dans le même mouvement un nouveau vocable pour désigner sa proposition, *cinema on demand*, sur lequel nous reviendrons. Un autre message émis par le volet web de l'institution britannique situe l'orientation de l'offre par abonnement parmi le reste des contenus du catalogue : « Rent the latest release, subscribe to classics and explore the best from the BFI, national and regional archives ». Cette courte phrase d'accroche effectue un rapprochement, entre les films classiques et la forme de l'abonnement, que nous retrouvons dans plusieurs de nos objets. Cela s'explique par les difficultés d'obtenir les licences, souvent chères, des films récents, a fortiori pour les proposer en visionnement illimité. Une telle association entre un type de contenu cinématographique et la manière de monnayer son accès est également liée à l'émergence de nouvelles pratiques, ou du moins à la volonté des catalogues de promouvoir de nouvelles manières d'explorer l'histoire du cinéma à travers ses

classiques. La forme de l'abonnement est alors positionnée de façon à correspondre aux conditions de possibilité (telles que perçues par les services eux-mêmes, aussi bien que dans les sphères culturelles et cinéphile – presses, magazines, émissions de télévision, blogs, podcast, etc.) d'une telle exploration par l'internaute. Au sein de notre corpus et comme nous allons le voir dans la suite de cette section, les discours mettent en valeur deux avantages découlant du fait de s'abonner à un ensemble de titres visionnables en illimité. Le premier s'inscrit pleinement dans les dynamiques de gestion de la saturation que nous évoquions à l'étape de notre cadre théorique. Nos catalogues proposent de remédier au trop-plein d'information certes en donnant accès à une masse de titres (ou à des sélections tournantes d'échantillons), mais en la rendant signifiante par des efforts de curation. L'action des services repose principalement sur le renouvellement de la programmation et la mise en visibilité sélective de certains des titres. Malgré tout, ces derniers, qui bénéficient ainsi d'une forme de promotion à l'intérieur du catalogue lui-même, ne se donnent pas comme un passage obligé. La forme de l'abonnement permet aux abonnés de visionner n'importe quel autre titre si le cœur leur en dit, qu'ils reconnaissent dans la base de données une œuvre déjà connue ou qu'ils en découvrent une autre. Les recommandations produites par les services sont donc de nature lâche. Elle encourage le visionnement de certains titres avec entrain, tout en laissant toujours de petites ouvertures, d'autres façons d'explorer le catalogue. Cela se reflète aussi dans les multiples directions (sur des genres, des thématiques, des époques) vers lesquelles tendent les discours de programmation. Un terme qui apparaît de manière récurrente dans les communications des catalogues, l'éclectisme, résume l'aspect à la fois non contraignant et multiple des programmations proposées. On le retrouve dans les pages des sites Internet, dans les entrevues données à la presse, dans les articles de la critique. Il faut donc penser le positionnement de l'offre de visionnement des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement à l'aune de cet éclectisme, à la fois

revendiqué et consenti, s'il l'on veut, en retour au sein de la cinéphilie contemporaine (du moins dans ses discours les plus visibles).

Sur le plan de la programmation, un tel éventail de possibilités se déploie à partir de trois orientations mises en avant par les discours marketing : la présence de titres repérés en dehors du *mainstream*, « hors des sentiers battus » pour reprendre la formule du Blog documentaire à propos de Tènk (Mal 2016); l'ouverture vers le monde, Fandor affirme ainsi présenter des films en provenance de 80 pays ; et enfin, la rareté et l'exclusivité du catalogue, par exemple lorsque le New York Times souligne la difficulté de voir ailleurs les films présentés par Filmatique (Kenny 2017). Le fait de mettre en visibilité des titres moins connus ne disposant pas de la force de mise en marché des grands groupes de distribution ou de l'exposition fournie par une sélection dans un festival d'importance représente d'ailleurs l'un des rôles endossés par les catalogues cinéphiles. Là encore, la forme de l'abonnement est positionnée comme apte à favoriser l'exploration de ces films à la popularité plus confidentielle. Il s'agit du second avantage mis en avant par les discours des services. L'abonnement offre davantage le temps de plonger plus avant dans la sélection de titres proposés et dans l'univers de chaque œuvre. Pourtant, sur un plan très pragmatique, l'accès au contenu, les étapes à effectuer pour repérer les films et les visionner ne varient pas d'un système de paiement à l'autre. La coexistence de système de vente au titre et de visionnement par abonnement au sein même de quelques-uns de nos objets renforce encore cette idée. Afin de préciser les contours de cette dernière, il faut encore une fois retourner aux discours marketing eux-mêmes pour observer comment la forme de l'abonnement se trouve ici associée au souhait de donner accès à une expérience de visionnement différente. LaCinetek explique vouloir « transmettre la passion du cinéma ». Cela passe selon les initiateurs du catalogue par la mise à disposition en ligne des classiques de l'histoire du cinéma et leur éditorialisation par les recommandations des cinéastes invités. Dans la poursuite de cette mission, LaCinetek

positionne son offre par abonnement, une sélection mensuelle de dix films, comme une manière de « retrouver les grands films du XXe siècle »²¹⁷. À l’instar de Tënk, les discours pointent ici vers le contexte français et la difficulté de voir les films de patrimoine sur le web. La programmation des chaînes de télévision publiques et privées est également dénoncée pour son manque d’intérêt envers ce type de cinéma. Dans le cas de LaCinetek et comme nous l’avons vu précédemment, l’abonnement et son faible coût sont mis de l’avant afin d’orienter l’offre vers le plus grand nombre et vers de nouveaux publics (jeunes et en dehors des cercles cinéphiles traditionnels).

La communication du distributeur Criterion à propos de son offre par abonnement permet d’apporter encore quelques précisions. Peter Becker, le président de la collection Criterion, décrit le rôle du catalogue en ligne ainsi : « It’s not just a matter of making it available. It’s a matter of making it navigable, making it discoverable » (Kohn 2019). Face aux propositions des grands joueurs de la vidéo à la demande, Criterion souhaite donc se démarquer en favorisant la navigation dans son catalogue et la découverte des œuvres. Cela passe par la curation et, en particulier, par la présentation des films dans des ensembles thématiques, les collections que la Criterion Channel propose sur une base régulière. Dans l’esprit des dirigeants du distributeur, le catalogue et sa programmation doivent s’inscrire dans un projet de création d’un *hub cinéophile* en ligne. On retrouve ici un lieu commun de la vidéo par abonnement cinéophile, qui tend à positionner son offre comme une réponse à l’inaccessibilité, à cause de l’éloignement ou du caractère sélectif (prix ou logique de club) des lieux physiques traditionnels de la culture cinématographique (Festivals, cérémonies, cinémathèques, salles spécialisées, etc.). Il s’agit donc de créer un espace en ligne où l’on puisse avoir accès aux films et aux contenus cinéphiles qui les entourent, parcourir ces contenus et y revenir à plusieurs reprises. De fait, les

²¹⁷ lacinetek.fr/selection-du-mois (consulté le 31 janvier 2019).

caractéristiques de ce lieu cinéophile, une *cinémathèque en ligne* dans les mots du président de Criterion, reprennent les éléments et les pratiques déjà mises en jeu par les coffrets DVD édités par le distributeur. La mission de la société mère The Criterion Collection fédère les supports en proclamant :

No matter the medium—from laserdisc to DVD and Blu-ray to streaming—Criterion has maintained its pioneering commitment to presenting each film as its maker would want it seen, in state-of-the-art restorations with special features designed to encourage repeated watching and deepen the viewer’s appreciation of the art of film²¹⁸.

Avant d’explorer plus en détail les paratextes appelés à jouer un tel rôle d’accompagnement et d’enrichissement du visionnement, voyons directement dans la composition des catalogues à quoi correspondent les sélections présentées. On l’a vu, les catalogues mettent de l’avant la diversité de leur offre, tout autant que leur capacité à faire découvrir ou redécouvrir les classiques du cinéma. À partir de notre exploration des ensembles de titres présentés, on peut tout d’abord faire quelques constatations d’ordre général. Au moment de notre collecte de données (2019-2020), nos catalogues donnaient accès aux nombres de films suivants : Fandor (3386), Criterion (1900), LaCinetek (1034), BFI Player (697), Mubi (325), SundanceNow (244)²¹⁹. 39% de ces différents titres datent des années 1950 à 1980. Si l’on ne considère par le catalogue de Fandor, dont la sélection comporte une part très importante de titres récents, cette proportion passe à 54%. Ces chiffres, influencés par les offres plus volumineuses de notre corpus, cachent cependant des tendances différentes.

²¹⁸ [criterion.com/about](https://www.criterion.com/about) (consulté le 25 novembre 2020).

²¹⁹ Tënk, Filmatique et Warner archive, qui ne sont pas inclus dans cette partie de la recherche, proposent chacun une sélection (tournante dans le cas de deux premiers) d’une cinquantaine de titres. Pour les détails de la collecte de données à propos des sélections de titres, voir la section *Étudier les sélections de titres ou comment aborder la quantité* de notre méthodologie.

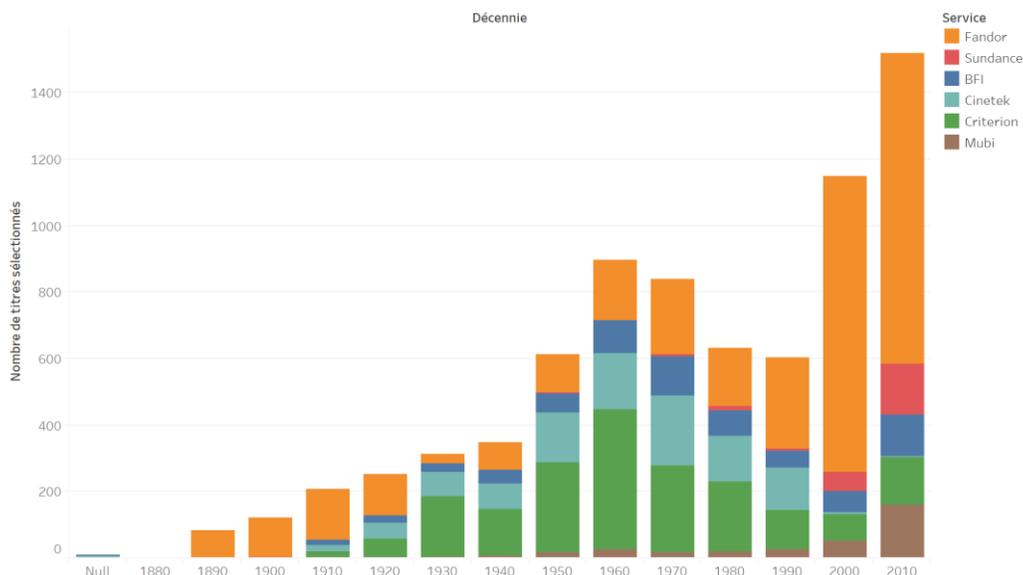


Figure 4 : Répartition des titres sélectionnés par décennie et par catalogue.

SundanceNow propose une majorité de films situés dans les deux premières décennies du 21^e siècle. C'est le cas également pour Mubi, bien que de manière moins marquée. Du côté de la LaCinetek, la sélection prend la forme inverse, très peu de titres récents et beaucoup d'œuvres réalisées entre les années 1907 et 2011²²⁰, une proportion qui s'explique par les règles transmises par le catalogue aux cinéastes qui soumettent leur liste de recommandation. En observant la répartition des titres pour chaque année, on peut déceler plus finement les stratégies de nos catalogues. Par exemple, Fandor semble maintenir un petit échantillonnage de titres (entre 15 et 30) pour chaque année séparant le film le plus ancien, *Monkey Shines n.01* (William K.L. Dickson et William Heise, 1889) du plus récent, *Your welcome* (Rebecca Panian, 2017). Il faut d'ailleurs noter la présence dans le catalogue du service californien d'un grand nombre de titres du cinéma des premiers temps. Une présence inédite dans le

²²⁰ Le film essai de James June Schneider, *Jean Epstein, Young Oceans of Cinema* (2011), était présent dans la base de données malgré la règle transmise aux cinéastes par le service de ne pas dépasser l'année 2000.

paysage de la vidéo par abonnement qui a d'ailleurs contribué à la réputation de Fandor dans ses beaux jours. Il existe une exception à la couverture des différentes périodes par Fandor. Les années 1930 et le début des années 1940 sont beaucoup moins représentés. Criterion semble faire mieux dans la même période, en présentant une sélection majoritairement occupée par des films du réalisme poétique français et de l'âge d'or hollywoodien. Dans le cas de ces deux courants, leur absence chez Fandor s'explique peut-être par la difficulté d'en acquérir les licences. Les premiers, dont les films de Jean Renoir, Jean Duvivier ou Marcel Carné, font partie du panthéon français. Les seconds appartiennent aux grands studios et s'inscrivent dans des stratégies de mise en valeur déjà implantées. Leur présence dans le catalogue de la Criterion contribue sans nul doute à « valider » leur aspect canonique, alors que leurs droits de diffusion sont souvent acquis par des plateformes de plus grandes ampleurs (Netflix, iTunes, Hulu) ou dans des offres développées « à l'interne » (Filmstruck puis HBO max pour la Warner, Crackle pour Sony, ou encore Peacock pour NBCUniversal).

4.2.2 Répartition des titres sélectionnés par pays et par cinéastes

Si l'on regarde la répartition des titres par pays, l'échantillonnage semble là aussi de mise, en particulier lorsque l'on s'éloigne des grands centres de la cinématographie dite classique. Le fait de choisir de très petits nombres de titres pour chaque pays renvoie à un mode de mise en visibilité de l'offre qui déroge, comme nous allons le voir, au mouvement de curation revendiqué par les catalogues lorsqu'ils se disent garants d'une réduction cinéophile et minutieuse de la masse des titres disponibles. Voyons pour commencer ce qu'il en est des grandes orientations géographiques de leurs sélections. Les États-Unis concentrent une part incontournable des titres, 3'278

mentions sur un total de 7'586²²¹. L'Europe occidentale (France, Royaume-Uni, Italie, Allemagne et Suède²²² notamment) vient ensuite. La différence entre les deux est néanmoins considérable (environ 1'000 mentions). Elle s'accroît plus l'on s'éloigne de ces deux centres. Exception faite du Japon (470), ceux issus du Brésil, de la Chine et de l'Inde, en dessous de la cinquantaine, représentent, si l'on compare chacun de ces pays au réservoir de titres produits aux États-Unis, moins de 2% de ces derniers. On observe donc bien une forte concentration des titres offerts du côté du monde occidental.

²²¹ Ensemble des titres sélectionnés dans les six catalogues (BFI Player, Fandor, LaCinetek, Mubi, Sundance Now, The Criterion Channel) de notre moissonnage de données, voir la section *Étudier les sélections de titres ou comment aborder la quantité* de notre méthodologie.

²²² La filmographie de Bergman, amplement reprise par The Criterion Channel, joue ici pour beaucoup. On trouve néanmoins quelques œuvres récentes, comme le premier long métrage d'Amanda Kernell, *Sami Blood* (2016), meilleur premier film à la Mostra de Venise, offert par Fandor, Mubi et Sundance Now.

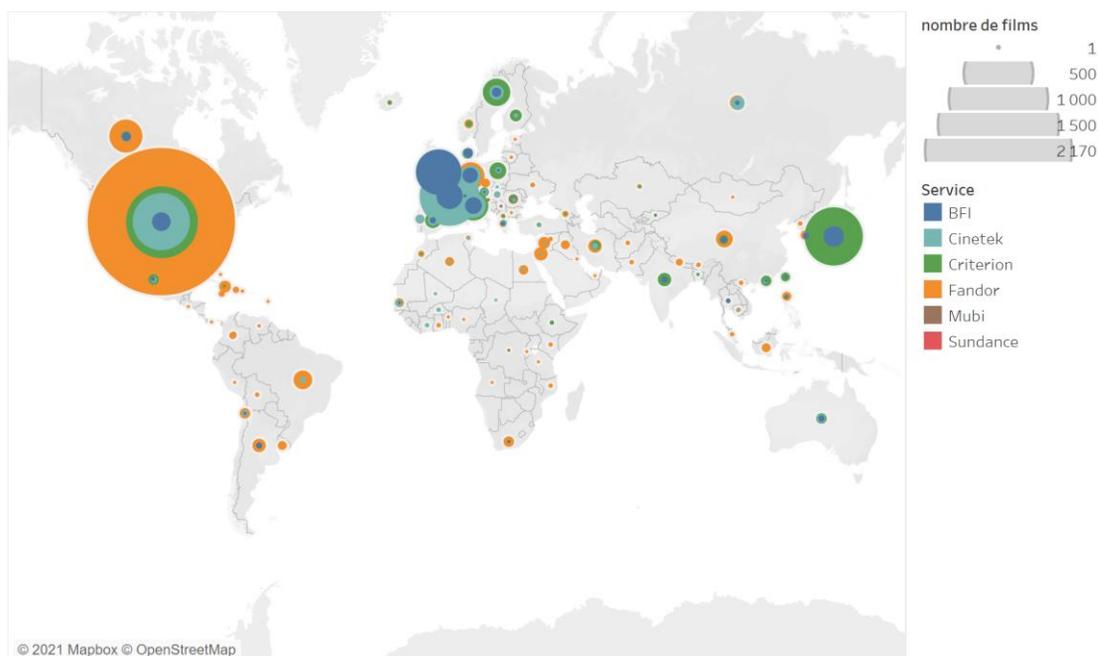


Figure 5 : Répartition des titres sélectionnés par pays et par catalogue.

Le catalogue Fandor se démarque néanmoins par sa présence dans de nombreux pays. Si l'on ne tient pas compte des pays de l'Amérique latine (quelques dizaines de titres) et les pays du Proche et du Moyen-Orient reconnus pour leurs importantes productions cinématographiques : Israël, Liban, Iran (entre 10 et 20 titres chacun), la stratégie du catalogue californien tient de l'échantillonnage. Plusieurs pays sont ainsi représentés par une poignée de titres seulement : Ukraine (2), Bulgarie (1), Cambodge (2), Vietnam (2), Algérie (6), Sénégal (6) et Nigeria (1) pour n'en citer que quelqu'un. Il faut souligner que, mise à part cette stratégie de Fandor, le continent africain est cruellement sous représenté dans l'entièreté de notre sélection (75 mentions en tout). Si l'on retire les titres présentés par Fandor, seul un nombre très restreint des films proviennent de onze pays du continent : Afrique du Sud (2), Algérie (2), Burkina Faso (2), Tchad (1), Côte d'Ivoire (2), Égypte (2), Éthiopie (2), Mali (1), Maroc (1), République démocratique du Congo (1), Sénégal (9). On peut donc reconnaître à Fandor la capacité de pallier, certes à la marge, cet angle mort de

notre corpus, tout en gardant à l'esprit qu'il s'agit aussi d'une stratégie de mise en valeur du catalogue. Grâce à cet échantillonnage de la cinématographie mondiale, Fandor consacre une section de son site web intitulée *International* au tri et au parcours des films selon leur région d'origine. Pour chaque partie d'une carte du monde divisée en six régions, de l'Amérique du Nord, à l'Eurasie en passant par l'Océanie, l'internaute est invité à découvrir les pays représentés au catalogue. Ceux-ci s'affichent en surimpression lorsque l'on passe la souris sur le nom de la région. Cliquables, ils renvoient aux groupes de films de ces pays. Le fait de choisir très peu de films dans une multitude de pays permet alors d'afficher de nombreuses entrées dans ce menu interactif, même si une grande part d'entre elles renvoient seulement à un ou deux titres. Proposer ainsi une programmation de portée mondiale renvoie à l'une des avenues sur lesquelles s'attarde la communication de nos catalogues. Nous avons déjà mentionné l'aspiration de BFI Player à proposer « [a] global cinema on demand ». Plus modestement peut-être, Sundance Now se dit attaché à la présentation « d'histoires authentiques et touchantes racontées selon des perspectives mondiales inattendues. »²²³ On retrouve sensiblement la même idée du côté de Filmatique, dont un article dans la revue *Film Comment* décrit l'ouverture du catalogue à une perspective globale (*globally minded perspective*). Le terme *perspective* reste toutefois équivoque dans le contexte. Il laisse un flou quant à la provenance réelle des films, puisqu'il pourrait s'agir de films continentaux produits dans un esprit d'ouverture vers d'autres contrées. C'est le cas, par exemple, des titres proposés par Sundance Now qui proviennent en grande majorité d'Amérique du Nord²²⁴. En ce sens, certains catalogues utilisent un langage marketing plus précis, soit, comme Fandor, en évoquant la provenance des films : « hand-picked films from festivals and

²²³ sundancenow.com/about, notre traduction.

²²⁴ Il faut tenir compte du fait que les coproductions sont souvent assimilées au pays d'origine du partenaire majoritaire dans le projet. Il reste, par contre, que ces coproductions, par leur réalisation à cheval entre plusieurs systèmes de productions et plusieurs cultures ou alors par leur nature intrinsèquement transnationale, se distinguent des productions étrangères.

collections around the world »²²⁵, soit en ayant recours à la catégorie *foreign movie* lorsqu'ils listent les genres présents dans leurs offres. Filmstruck met ainsi de l'avant « [an] eclectic mix of contemporary and classic art house, indie, foreign and cult films »²²⁶. À la lumière de ces discours de mise en valeur des catalogues et des choix de programmation des services, on comprend dans quel contexte s'inscrit l'interface de navigation et de filtrage des films par pays choisie par Fandor. Bien que visuellement moins développée, on retrouve cette possibilité de filtrer les films par leur provenance dans les catalogues Criterion Channel, LaCinetek et Mubi (seulement dans la base de données générale du site). Parmi ceux-ci, seule LaCinetek affiche au sein même de la liste des pays le nombre de films s'y rapportant, ce qui permet à l'internaute de voir en un coup d'œil l'importance de la sélection locale présentée. Les autres services offrent l'application de filtres sur l'inventaire des titres par l'intermédiaire de listes cliquables, ouvertes dans un menu déroulant ou en surimpression. Ces listes rejouent quant à elles le même type de déploiement graphique que la carte présentée par Fandor. Elles donnent une illusion de multiplicité et présentent sous un jour favorable la portée mondiale des catalogues. Sur ce plan précis, leur action semble aller à l'encontre d'un geste de sélection et de curation qui viserait la réduction du trop-plein d'information généré par les réseaux numériques. Ils dérogent ainsi à leur rôle, en grande partie autoassigné, de guide face à la masse des contenus en circulation sur le web.

Afin de continuer cette exploitation des programmations offertes aux abonnées, il faut encore une fois revenir aux films produits à l'extérieur des grands centres, les quelques titres qui sous-tendent les discours globalistes et les listes interactives de filtres proposés aux internautes. Les titres issus de pays avec dix mentions ou moins datent en général des trois dernières décennies (un peu moins des trois quarts d'entre

²²⁵ fandor.com (26 mars 2014).

²²⁶ filmstruck.com/about/faqs (Wayback machine - 4 février 2017)

eux). Le contraste est important en comparaison du groupe d'ensemble dont la majorité se situe, comme on l'a vu précédemment, dans la période que les discours promotionnels aiment bien désigner comme classique, entre les années 1950 et 1980. D'ailleurs, dans cet intervalle de temps, les films proviennent avant tout d'Amérique du Nord, d'Europe occidentale (Allemagne, France, Italie, Royaume-Uni et Suède) et du Japon. On peut donc avancer l'idée que les films choisis pour cette période ont tendance à provenir davantage des centres de production reconnus pour avoir donné naissance à des films aujourd'hui canoniques. Les cinématographies en provenance d'Amérique latine sont sous-représentées dans les titres proposés par nos catalogues et ce particulièrement pour les titres moins récents. Seuls 15 films produits sur ce continent avant les années 2000 sont programmés dans l'ensemble des offres de vidéo par abonnement de notre corpus. Cette maigre présence contraste avec la reconnaissance internationale dont jouissent les classiques de Raoul Ruiz (Chili), dont les films sont programmés seulement par LaCinetek (5) et Mubi (1), Fernando Solanas (Argentine), ou encore, le cinéaste brésilien Walter Salles²²⁷.

Le portrait de la distribution des titres sur l'ensemble de nos catalogues selon les cinéastes cités présente une tendance différente. Environ une centaine de noms reviennent plus de 10 fois. Il s'agit d'une petite minorité en comparaison des 3'452 réalisatrices et réalisateurs recensés. Dans le cas de ce classement par cinéaste, on observe plutôt une distribution qui prend la forme de la « longue traîne » théorisée dès 2006 par Chris Anderson. Au-delà d'un petit groupe de réalisateurs incontournables, dont le nom revient fréquemment dans plusieurs de nos catalogues, le reste des titres se répartit parmi une grande masse d'individus dont l'écrasante

²²⁷ LaCinetek liste le film documentaire de Fernando Solanas *L'heure des Brasiers* (1966) et le film canonique de Walter Salles *Central do Brasil* (1998). Les deux ne sont pas encore disponibles au visionnement en attente d'acquisition de leurs licences.

majorité (2'816) est mentionnée deux fois ou moins. Nous allons commencer par nous intéresser aux noms les plus cités pour ensuite tenter de comprendre les liens que ce palmarès entretient avec la masse des titres restante. Rappelons, d'entrée de jeu, qu'il s'agit ici d'une mesure de la fréquence à laquelle les cinéastes sont présents dans les catalogues par l'intermédiaire de leurs films. Un même film peut être disponible dans plus d'un catalogue et donc être comptabilisé plus d'une fois dans notre système. Cette mesure ne donne pas d'information sur la visibilité de la filmographie d'un auteur. Un auteur peut à la fois avoir plusieurs titres offerts dans un ou plusieurs catalogues et ne pas bénéficier d'une mise en valeur particulière dans les sélections proposées par ceux-ci.

Sur cette échelle, Ingmar Bergman se démarque clairement avec 75 mentions. Les noms des cinq réalisateurs suivants : Jean-Luc Godard, Charles Chaplin, Edwin S. Porter, Rainer W. Fassbinder, Akira Kurosawa ne surprendront personne. Leur forte présence s'explique en grande partie par l'inclusion de leurs filmographies conséquentes dans le catalogue de la Criterion Channel. Cinq de ses six réalisateurs sont présents dans les offres de trois de nos catalogues (BFI, Criterion, LaCinetek), ce qui renforce leur caractère incontournable au sein des programmations offertes. Dans les dix premiers, on trouve aussi des noms qui renvoient chacun à un catalogue unique. Fandor présente 52 titres attribués à Edwin S. Porter et 50 à William Heise, deux figures proéminentes des premiers temps du cinéma, ainsi que 45 courts-métrages du réalisateur de film d'animation et figure du cinéma expérimental californien, Lawrence Jordan. La Criterion Channel propose, quant à elle, 43 films du cinéaste japonais Keisuke Kinoshita. On rencontre quelques occurrences de ce type d'exclusivité entre un catalogue et un auteur, moins quand il s'agit de cinéastes prolifiques et reconnus, des figures importantes de la cinématographie mondiale qui sont alors présentes dans plus d'un service. Les services Criterion et Fandor semblent davantage portés à acquérir les droits des films dans l'objectif d'offrir l'entièreté ou

(principalement de France) et du Japon. Agnès Varda (11^e rang) est la seule femme à figurer dans ce palmarès. Shirley Clark, figure de l'avant-garde aux États-Unis, arrive seulement au 24^e rang. Ses films figurent dans les collections de Criterion, LaCinetek et Fandor. Deux rangs plus loin, on trouve Lynne Sachs, la documentariste et cinéaste expérimentale américaine. En tout, les 100 premiers noms cités ne renvoient qu'à une petite poignée de réalisatrices, en plus de celles déjà citées : Jodie Mack, Jeanne C Finley, Marie Losier, Su Friedrich, Jane Campion (13 films dans Criterion et LaCinetek), Lori Felker, Janie Geiser, Muriel Aboulrouss²³⁰, Suzan Pitt²³¹. Seules douze femmes figurent donc dans ce club restreint. Leur présence est due en très grande partie à leur inclusion dans le catalogue de Fandor. Huit réalisatrices parmi les douze noms cités à l'instant sont présentes uniquement chez Fandor. Le tableau s'assombrit donc encore, si l'on tient compte du fait que le catalogue californien, dont la stratégie d'acquisition et de démarcation se trouve ici mise en lumière, autour du cinéma expérimental, des avant-gardes (Sachs, Mack, Finley, Losier, Friedrich, Geiser) et du cinéma indépendant (Felker²³², Aboulrouss), n'est plus réellement alimenté du fait de sa fermeture partielle. Il ne reste de fait que quatre cinéastes femmes dans notre palmarès élargi des cent cinéastes les plus cités. On peut bien sûr chercher à expliquer cette quasi-absence par l'inégalité de genre qui frappe déjà l'ensemble de la production cinématographique et noter, de prime abord, que les politiques d'acquisition de nos catalogues ne semblent pas œuvrer spécifiquement à renverser la tendance. Ou du moins, au regard des chiffres généraux des licences achetées par les services et programmées par eux, ces hypothétiques politiques de

²²⁹ Pour rappel, il s'agit des cinéastes les plus cités dans les sélections des catalogues : BFI Player, Fandor, LaCinetek, Mubi, Sundance Now, The Criterion Channel.

²³⁰ Fandor programme douze courts-métrages de cinq minutes d'une même série documentaire, *Zyara* (2014-2016), réalisée par la directrice photo libanaise Muriel Aboulrouss.

²³¹ Les films de Suzan Pitt, réalisatrice de film d'animation et peintre de renommée internationale, sont présents dans trois de nos catalogues (Criterion, Fandor et LaCinetek).

²³² Dont le court-métrage *Discontinuity* (2016) a reçu une aide à la production et une diffusion exclusive dans le cadre de l'initiative du catalogue Fandor *Fix Shorts*.

valorisation du travail de réalisatrices paraissent ne pas aboutir à leur fin. Toujours à propos des films les plus programmés et de leurs auteurs, les tableaux présentés par LaCinetek récapitulant « Les films les plus cités », « Les réalisateurs les plus cités » ainsi que celui des « Réalisateurs ayant le plus de films cités » dans une section intitulée « Le top des listes » se montrent ici bien illustratifs. Là aussi, ces palmarès comportent très peu de femmes : quatre pour la première liste²³³, sept dans la seconde et une seule, Agnès Varda, parmi les cinéastes avec les plus grands nombres de films cités par leurs pairs (de 21 à 5 titres cités pour le même nom). Rappelons-nous qu'il s'agit d'œuvres nommées par des cinéastes contemporains, les ambassadeurs des recommandations du catalogue qui fournissent « la liste de leurs 50 films de chevet »²³⁴. Là encore, les réalisateurs masculins dominent complètement ces palmarès. Cela renvoie d'ailleurs à une autre disproportion, celle concernant le genre des personnes auxquels le catalogue a demandé de soumettre de telles listes, dont une écrasante majorité d'hommes. Pourquoi doit-on s'intéresser aux listes présentées par LaCinetek, alors qu'elles permettent un constat similaire à notre étude de la programmation des catalogues cinéphiles ? La programmation du catalogue français découle de la recommandation des cinéastes. Si LaCinetek n'offre pas l'entièreté de ceux-ci (notamment pour des questions de droits), la sélection qu'elle propose représente un sous-ensemble des titres cités. Il y a donc un rapprochement à faire entre l'état des collections des services cinéphiles de vidéo par abonnement, la présence des femmes dans les palmarès, et les titres parmi les plus importants nommés par les cinéastes. Dans les deux cas, la présentation du cinéma contemporain et de son histoire à travers la programmation de films classiques reste très fortement genrée. Il faut donc souligner que, sur ce plan également, l'action des catalogues –

²³³ *Wanda* (Barbara Loden, 1970), *Cléo de 5 à 7* (Agnès Varda, 1961), *Jeanne Dielman, 23, quai du Commerce, 1080 Bruxelles* (Chantal Akerman, 1975) et deux films de Jane Campion : *The Piano* (1992) et *An Angel at My Table* (1990).

²³⁴ lacinetek.com/fr/top-films-par-realisateurs (consulté le 28 octobre 2020).

elle s'exprime ici par leur stratégie d'acquisition – semble viser des sélections consensuelles et somme toute assez attendues. Il en va donc de même en ce qui concerne la sélection des films par région qu'en ce qui a trait au genre, dans les deux cas, la programmation des catalogues ne se distingue pas particulièrement des offres dominantes et des disparités qu'elles présentent, tout du moins en termes d'acquisition de titres.

4.2.3 Les stratégies de mise en visibilité et de temporalisation

Une fois brossé ce portrait des grandes lignes de la programmation offerte par les catalogues, nous pouvons nous tourner vers la mise en visibilité des films. Il faut revenir à la série d'éléments qui composent le dispositif du *regard cinéma en ligne*, et plus particulièrement ceux entrant en jeu dans l'action de filtration de la masse des contenus telle qu'elle est opérée par la médiation culturelle des catalogues. Considérons tout d'abord les bases de données dont nous avons décrit les grandes orientations à partir de notre moissonnage de données, soit elles contiennent d'importantes quantités de titres, ou alors elles peuvent donner accès à de nombreux films dans le cas des sélections éphémères proposées par Tënk ou Mubi. Les équipes de programmation peuvent, par l'intermédiaire de ces bases, convoquer rapidement les versions numériques des œuvres, les mettre en avant sur les sites Internet des catalogues, les assembler dans des listes thématiques, etc. En regroupant ainsi les entrées de leur base de données, les catalogues proposent des sélections tournantes en lien avec l'actualité, selon des genres (une collection *neo noir* chez Filmstruck), autour de périodes historiques ou encore autour de la filmographie d'une figure du cinéma (*Roger & Astaire: the complete collection* – Filmstruck). BFI Player dit rassembler les films au sein de collections uniques, afin de mettre en valeur leur importance. Dans la section sur abonnement du catalogue, celui-ci offre des sélections orientées sur les classiques du cinéma « dont beaucoup représentent des

moments historiques du cinéma »²³⁵. De telles programmations doivent se lire dans une conception de l'histoire du cinéma qui rappelle celle articulée autour de films culte, de quelques œuvres incontournables. Le service monte également des programmations en lien avec les festivals ayant cours dans la région londonienne, notamment ceux organisés par son institution mère, le *London Film Festival* ou le *BFI Flare : LGBTIQ+ Film Festival*, mais aussi en lien avec de grands noms du milieu : « Tilda Swinton Selects », « Championed by Agnès », « Sight & Sound Poll ». Filmstruck, quant à lui, introduit en 2018 un segment intitulé *TCM select* autour des films de l'âge d'or du cinéma et présenté par Ben Mankiewicz (l'un des présentateurs de la chaîne TCM). Les films sont d'ailleurs accompagnés de bonus et de contenus en provenance des archives. Filmatique, enfin, fait de la sélection par collection le moteur de sa programmation. Elle se donne par thématique mensuelle, « Queer Cinema », « The Future is Female » ou encore « French Art House », avec à chaque fois quatre ou cinq titres par thème.

On touche ici à l'action de faire remonter un contenu si l'on veut, de l'extraire de la masse des titres offerts au visionnement, une mise en exergue qui va au-delà des formes de saillance et de mise en avant déjà prévues dans les maquettes graphiques (ex. les vignettes des contenus récemment ajoutés s'affichent en plus grand). Dans la lignée de notre cadre théorique, il apparaît que ces actions de recommandation des contenus peuvent contenir deux sous-composantes : l'une infrasignifiante, l'autre renvoyant à l'articulation d'un sens, d'un discours autour des films en vue de recommander leur visionnement par les abonnés. Du fait de l'inscription des catalogues dans les logiques du web, un état de fait décrit à la section *De quelques contingences du numérique* de notre cadre théorique, ces deux composantes sont toujours présentes dans les actions de recommandation des catalogues. Afin

²³⁵ player.bfi.org.uk/help dans la section *How are film curated?* (consulté le 25 novembre 2020)

d'illustrer cette idée, prenons l'exemple d'une collection thématique assemblée par l'un de nos catalogues autour de films réalisés par des femmes. À la suite de l'ampleur prise par le mouvement *metoo* (autour de 2017), plusieurs des catalogues de notre corpus produisent de telles sélections, *Woman With a Movie Camera* (BFI) ou *Tell Me : Women Filmmakers, Women's stories* (Criterion Channel). Elles mettent en lumière des films déjà présents dans leur catalogue ou de nouveaux ajouts. On peut repérer dans la manière de faire apparaître ces collections ce qui relève de l'infrasnifiant, sur le plan temporel par exemple, leur lien avec l'actualité ou le choix d'un moment opportun pour les signaler aux abonnés du catalogue, et du côté de ce qui relève de l'articulation du sens, la manière avec laquelle les textes vont faire le lien entre un mouvement de société et la sélection des films présentés.

Avant de décrire les contours de cette double teneur de la recommandation, il nous faut observer son articulation avec les films offerts dans les bases de données et noter la grande disjonction entre les deux. C'est là l'un des points nodaux de notre analyse et l'une des principales caractéristiques du *regard cinéma en ligne* que nous cherchons à définir. Nous avons vu l'importance des logiques de mise en visibilité des contenus. Malgré un accès facilité aux contenus déposés sur les réseaux numériques, l'inégale visibilité de ceux-ci justifie l'étude de leur circulation et fait de cette dernière l'une des lignes de force sur lesquelles se joue l'articulation du milieu du web. Nos catalogues souscrivent à cette manière d'organiser et de présenter les contenus, aussi bien lorsqu'il s'agit de mettre en valeur certains films du catalogue que dans le but d'attirer de nouveaux abonnés. Reprenons nos explorations quantitatives évoquées à l'instant. En considérant l'action de mise en visibilité des services, on constate deux mouvements. Des films issus du palmarès sont utilisés comme produits d'appel pour mettre en valeur l'offre et convaincre de nouveaux internautes. Dans un mouvement inverse en quelque sorte, des films issus de la masse des titres sont placés en exergue pour mettre en avant le travail des réalisatrices ou

celui des minorités. Ce second outil de promotion permet d'ailleurs aux catalogues de réagir rapidement aux tendances de l'actualité, de programmer des films en parallèle des mouvements *metoo* et *Black Lives Matter* notamment²³⁶. Tirer ainsi des titres de la masse permet également aux catalogues cinéphiles de jouer un rôle de connecteur ou d'entremetteur entre des œuvres et des publics éloignés. Il faut souligner leur capacité inédite à mettre en lumière des films et des cinéastes existant en dehors des centres métropolitains. Peut-être que ces derniers jouissent déjà d'une petite popularité sur la scène locale, mais le fait de les retrouver dans les sélections des catalogues, voire mis en avant au sein d'une collection, peut soudain les faire entrer en relation avec un public, lui aussi local, c'est-à-dire éloigné du circuit cosmopolite des festivals. Deux clés de lecture peuvent permettre d'éclairer la forme prise par ces actions de mises en valeur des catalogues. La première est évoquée par l'une des fondatrices de Filmatique, Ursula Grisham. Elle souligne la nécessité de jouer sur deux plans, celui d'une programmation *mainstream*, avec quelques titres connus et capables d'attirer le plus grand nombre et celui, plus marginal, qui permet au catalogue de présenter des titres visant un public restreint.

We're never going to move away from these undiscovered gems of contemporary world cinema, we're going to stick to that as our mission. However, if we have more recognizable titles alongside those, it creates a very interesting conversation between them and brings additional visibility²³⁷.

Ces films marginaux qui renvoient à des publics à *dé-nicher* (on excusera le jeu de mots) représentent donc, dans la vision exprimée ici par la fondatrice de Filmatique, le cœur de l'activité de son catalogue. C'est seulement à la suite d'un constat à propos

²³⁶ En date du 4 juin 2020, la Criterion envoie un message à ses abonnés réitérant le soutien de la compagnie au mouvement Black Lives Matter et annonçant la mise en visibilité sur The Criterion Channel de films issus du *cinéma afro-américain*.

²³⁷ Ursula Grisham citée dans Jordan Moreau (2019).

de la viabilité du service, les films marginaux ne permettent pas d'atteindre une masse critique d'abonnés, que l'on envisage l'ouverture de la sélection à des titres bénéficiant déjà d'une certaine visibilité (dans le cas de Filmatique des classiques comme des films récents). Une telle stratégie révèle l'importance et la transversalité de la notion de visibilité. Les petits catalogues indépendants cherchent à faire connaître leur offre de visionnement en l'associant à ce qu'ils perçoivent comme des véhicules de visibilité. En acquérant, puis en mettant de l'avant des titres au bénéfice d'une certaine couverture médiatique, les catalogues contribuent incidemment à assurer la diffusion des logiques de circulation et de mise en visibilité du web. En ce sens, l'utilisation du terme *visibility* par Grisham n'est pas fortuite lorsqu'elle évoque ce que ces films connus peuvent apporter au service. Elle révèle l'adoption de ces logiques par les catalogues et leur poids sur les offres cinéphiles de vidéo par abonnement. La stratégie évoquée par Grisham s'inscrit d'ailleurs dans un contexte général de déplacement des programmations vers le *mainstream* pour élargir le public visé. En mai 2017, Fandor ferme ainsi son blog *Keyframe* et se sépare de son directeur éditorial et de David Hudson, jusque-là en charge d'un compte-rendu quotidien des nouvelles du milieu. Ces changements sont relevés par la presse qui note la volonté du service d'élargir sa base et la nouvelle préférence donnée à la vidéo sur le texte pour mettre en valeur sa programmation (Kaufman 2017). Plus subtilement, on observe un glissement similaire dans les sections présentées sur la page d'accueil de Filmstruck. Au fur et à mesure des itérations de la maquette graphique, on insiste sur les grands classiques présents au catalogue et sur l'accessibilité de l'offre au plus grand nombre.

À la lumière de ces quelques observations, la présence des grands classiques de l'histoire du cinéma dans les sélections de nos catalogues, leur mise en visibilité, découle d'une double action : leur programmation par les catalogues institutionnels (BFI Player, Filmstruck, etc.) dans l'esprit de constituer des filmographies de

référence, ainsi que chez les indépendants (Filmatique, Mubi, Fandor) pour les raisons que nous venons d'évoquer.

4.2.4 Exploration en détail, d'où viennent les films

On l'a vu, les sélections de films proposées ont tendance à prendre la forme de la « longue traîne » lorsque l'on considère leurs auteurs, alors qu'elles semblent au contraire concentrées si l'on étudie leur provenance (autour de quelques pays occidentaux) et leur date de sortie (autour des années 1960 et 1970). Cette répartition pose la question de la provenance des titres offerts par les catalogues. Mentionnons d'entrée de jeu que la remontée de ces informations n'est pas aisée. La plupart des sites Internet étudiés ne communiquent pas pour chaque film le nom du distributeur, ceci à l'exception de Fandor qui l'affiche dans certains cas. Il faut donc se rapporter aux descriptions des catalogues dans les médias et aux rares indications générales fournies par les services de vidéo par abonnement. L'exemple de Filmstruck illustre bien ces difficultés. Le site web liste les différents éléments en provenance de la Criterion Collection, dont notamment les Criterion Studio Classics, et d'autres catégories de programmation, les *TCM select*, dont il faut connaître et reconnaître les noms. Ces différents titres de séries préconstituées semblent s'adresser à un public connaisseur, déjà familier de ceux-ci et pour lesquels l'évocation par Filmstruck tient lieu de message rassurant sur leur capacité à retrouver les contenus, notamment ceux du distributeur historique, dans le nouveau catalogue²³⁸. Par contre, au-delà des collections de la Criterion et des archives de la Warner (auquel TCM est affiliée) le service se dit aussi en partenariat avec plusieurs distributeurs indépendants, dont Janus Films, Flicker Alley, Icarus Films, Kino Lorber, Milestone, Zeitgeist, Film Movement, Global Lens, First Run Features, Oscilloscope Laboratories et Shout!

²³⁸ Ceci d'autant plus que le service charge 4\$ de plus par mois l'accès aux contenus *premium* de la Criterion.

Factory. Parmi ceux-ci, nous retrouvons les distributeurs indépendants actifs dans la diffusion de coffrets DVD que nous évoquions à l'étape de notre problématique. Leur présence est à souligner, tant ces acteurs historiques de la distribution de vidéogrammes influencent l'offre des catalogues par abonnements par les titres qu'ils choisissent de remettre en circulation, c'est-à-dire bien souvent de restaurer, ou du moins de numériser et d'éditorialiser.

Tënk procède lui aussi à des partenariats de programmation, avec Mediapart (site français d'information par abonnement), France Culture et France Inter, ce qui lui rapporte des abonnés, l'aide à financer la programmation (un film par mois est programmé conjointement avec Mediapart) et donne de la visibilité au catalogue (par l'intermédiaire des émissions radiophoniques des deux chaînes publiques). À la recherche de sélections qui offrent un *éclectisme* et une *pluralité de regards*, Tënk s'appuie sur le travail d'une vingtaine de programmeurs, réunis une fois par semestre et disposant d'une médiathèque de 17'000 titres dans lesquels faire du repérage²³⁹. Par l'intermédiaire de ses *Escales*, Tënk diffuse des films documentaires programmés par ses partenaires : des institutions de diffusion du cinéma, des festivals ou des associations. Autre cas de figure, Warner Archive répondait au mandat de mettre en circulation certains films issus de la collection Warner Bros. La centaine de titres offerts exclut les films les plus connus *Casablanca* (Michael Curtiz, 1942), *Singin' in the Rain* (Stanley Donan et Gene Kelly, 1952), *Citizen Kane* (Orson Wells, 1941) – ils sont valorisés ailleurs comme nous l'avons vu précédemment - et propose plutôt des œuvres dont la demande reste modeste.

²³⁹ Voir Le blog de Tënk. « Épisode #3 : Tënk, fenêtre ouverte sur le monde », 10 août 2018. <http://leblogdetenk.fr/episode-3-tenk-fenetre-ouverte-sur-le-monde/>, consulté le 27 février 2020.

Au cours de la période couverte par nos observations (2014-2021), la plupart de nos catalogues ont mis en place des stratégies de renouvellement de leur offre. Cela va de la simple annonce des films entrant au catalogue, au signalement de ceux qui, dans un avenir proche, vont quitter le site et donc ne plus être disponibles au visionnement, jusqu'à la présentation d'une sélection éphémère d'un nombre restreint d'œuvres à voir seulement dans un court laps de temps. Christel Taillibert (2018), qui étudie les modèles d'éditorialisation adoptés par les catalogues de vidéo par abonnement, lie de telles stratégies à une volonté de redonner une temporalité à l'offre de contenu en ligne. Elle décrit notamment le modèle de l'offre calendaire adopté par Mubi, l'un des premiers catalogues à modifier son offre en ce sens. Tënk et Filmatique adoptent également des stratégies similaires de programmations tournantes et éphémères. Ces dernières présentent deux avantages majeurs. Le premier concerne le coût d'acquisition des licences pour les films. Leur nombre est moindre évidemment et leur prix plus modeste, du fait qu'il s'agit d'une programmation limitée dans le temps et non pas d'une acquisition sur le long terme (Smits et Nikdel 2019). Le second avantage renvoie à une stratégie d'adaptation de l'offre à l'expérience des internautes, afin de leur éviter l'embarras du choix et la difficulté de trouver leur bonheur parmi la masse des propositions (Hessler 2018). D'ailleurs, les catalogues jouent du renouvellement des titres pour dramatiser, si l'on veut, la nécessité de faire le pas et de regarder un titre en soulignant sa prochaine disparition par un décompte des jours qui lui restent. On retrouve ces indications de péremption des copies présentées dans les coins supérieurs des vignettes ou dans des pages dédiées à ce processus de rafraîchissement des collections. À la suite du libellé « we're refreshing our library ! », inscrit sur une image d'arrière-fonds représentant une boîte de pellicule ouverte, deux colonnes « Say hello » et « Say adieu » présentaient les longues listes des films entrants et sortants du catalogue Filmstruck. Celui-ci expliquait vouloir ainsi mettre de l'avant le constant rafraîchissement de son offre. De manière similaire, bien que donnant une vue moins précise des mouvements de titres, le site web de la

Criterion Channel affiche deux rangées de vignettes respectivement intitulées « newly added » et « leaving on the ... » suivie de la date de fin du mois en cours. L'aspect éphémère des sélections présentées est décrit comme un avantage par les catalogues. Le rafraîchissement de l'offre doit assurer la continuité de la pertinence de celui-ci pour les abonnés. S'il est peu probable que l'un d'eux puisse en faire le tour, les services souhaitent tout de même réduire les risques de lassitude associée à une éventuelle incompatibilité de la sélection avec les attentes des internautes. Ils cherchent aussi comme nous l'avons vu à présenter des films en lien avec l'actualité des festivals et plus généralement les enjeux culturels et sociaux du moment. Le fait de proposer une sélection tournante de titres a aussi ses revers. Voyons un exemple des problèmes causés par ces programmations éphémères. Appuyé sur les réseaux cinéphiles déjà constitués autour de la Criterion Collection, le catalogue en ligne du distributeur jouit de relais de visibilité divers : des articles de presse commentant sa programmation à une constellation de blogs, des sites Internet pointant vers ses contenus, etc. Parmi ces différentes sources de commentaires et d'informations sur les films distribués par la prestigieuse collection, le podcast de Josh Hornbeck, un réalisateur et dramaturge de la région de Seattle, *Criterion Channel Surfing*²⁴⁰, couvre spécifiquement l'offre en ligne du catalogue. Dans un épisode daté du 16 avril 2020, Hornbeck et son invitée, Jill Blake, évoquent le talent de Rita Hayworth et sa présence dans le catalogue par l'intermédiaire d'une collection intitulée *Starring Rita Hayworth*. À l'encontre des démarches qu'une abonnée curieuse pourrait alors entamer pour visionner *Gilda* (Charles Vidor, 1946) ou *The Lady From Shanghai* (Orson Welles, 1947), les films ne sont plus disponibles sur le catalogue. Pire encore,

²⁴⁰ Le format des épisodes de ce podcast correspond à une structure redondante où le présentateur discute de l'offre du catalogue avec un ou deux invités, souvent d'autres animateurs de podcast. Les propos tournent autour des goûts cinéphiles des intervenants, de leur rapport au cinéma et de leur expérience et sentiments ressentis durant le visionnement des films. À en juger par les données de fréquentation que l'on peut observer sur la page Facebook de l'émission, sa portée, moins de cinquante abonnés, reste modeste.

ils n'apparaissent plus sur le site web de celui-ci ce qui oblige à les chercher ailleurs ou à acquérir les vidéogrammes des films auprès de la Criterion. L'impermanence des collections en ligne a déjà été soulignée. Elle s'oppose aux conceptions de la cinéphilie qui la lie à la constitution de collections et à la possession de copies privées des œuvres. Le phénomène touche aussi bien les achats aux titres que les sélections disponibles par abonnement²⁴¹. C'est bien là une différence qui sépare les copies numériques disponibles en ligne de leur contrepartie stockée sur support DVD ou Blu-ray. L'accumulation des films, la constitution d'une réserve d'images convocables à volonté, un élément sur lequel repose la cinéphilie en ligne selon Laurence Allard et Olivier Blondeau (2007)²⁴², se trouve limitée par le renouvellement des offres. Cette pratique semble s'être déplacée du côté de la constitution, de l'entretien et du partage de liste de titres. En partie proposée par nos catalogues (Mubi et Fandor), bien que plus largement pratiquée sur des sites dédiés (Letterboxd étant le plus connu), la création de listes personnelles s'accommode de l'absence des copies numériques des films en se reposant sur la mobilisation de ceux-ci à travers leurs titres, leurs métadonnées et, bien sûr, une image de référence sous forme de vignette. Nous y reviendrons.

La disparition des films avec Rita Hayworth sur la Criterion Channel illustre, encore une fois, la nature éphémère de l'offre de regard des catalogues. Les contenus paratextuels produits dans la multitude de podcasts pointant vers la Criterion Collection sont à consommer en synchronicité avec l'offre du service. Cela explique d'ailleurs la tendance de ces podcasts à commenter les entrées et les sorties des titres dans le catalogue. Si l'on considère, par contre, les liens symboliques tissés par ces

²⁴¹ John Archer explique dans deux articles pour le magazine Forbes que l'accès aux films achetés sur iTunes peut être retiré dans le cas où le distributeur les enlève de la plateforme. Il faut alors avoir préalablement téléchargé le titre pour pouvoir encore le voir et celui-ci n'est plus transférable d'un ordinateur ou d'un appareil à l'autre (Archer 2018b; 2018a).

²⁴² Voir la section *Par la cinéphilie et la critique* de notre cadre théorique et la note 100.

paratextes, ceux-ci ne restent valides qu'un temps. Tënk, qui programme ses films documentaires pour une durée de deux mois, pallie en partie ce risque de disjonction en séparant la présentation de l'entièreté des films de son catalogue en trois sections : « en ce moment sur Tënk », « en location », « déjà diffusé ». La dernière catégorie permet de repérer et de consulter la fiche des films qui ne sont plus présents au catalogue²⁴³.

La temporalité de la programmation se joue, comme on vient de le voir, dans la péremption des films sélectionnés ainsi que, nous l'avons dit plus tôt, par la mise en visibilité d'œuvres différentes selon l'actualité, les sorties et les rééditions des classiques. Une homologie se dessine donc entre la gestion des versions numériques présentées et les contraintes qui pèsent sur les catalogues. Rappelons-nous que le rapport au temps de ceux-ci est marqué par leur nature éphémère et prototypale. L'étude en profondeur des catalogues vient de fait renforcer les éléments déjà abordés dans notre problématique. Avec un peu de recul, il est frappant de constater la courte vie de service comme Warner Archive, qui, même en considérant son incorporation dans l'offre de Filmstruck, aura fonctionné moins de cinq ans, des premiers contenus diffusés en ligne en 2013 à la fermeture de Filmstruck en 2018. Au cours de la période, les catalogues qui tiennent le coup le font au prix d'une adaptation constante et en passant par des multiples mues et reformulation. Avant le lancement de sa chaîne propriétaire, la Criterion s'est associée avec Filmstruck pendant deux ans, à la suite d'un partenariat de diffusion de cinq ans avec Hulu, elle-même précédée d'une période d'exclusivité sur Mubi. C'est également au sein même des orientations de programmation des catalogues que l'on observe des mutations importantes de l'offre. Nous avons relevé le recentrage des programmations autour de titres à succès vecteurs de visibilité. À son lancement, Sundance Now était consacré quasi

²⁴³ Les pages de présentation des *Plages* de programmation comportent également une rangée dédiée aux films récemment sortis de l'offre.

exclusivement au cinéma documentaire. Graduellement, des séries télévisuelles ont remplacé les sélections proposées et la section consacrée aux documentaires a disparu du menu de navigation. Illustrant cette capacité à l'adaptation, quelques-uns de nos catalogues cinéphiles ont investi le champ de la production cinématographique en investissant dans les phases de développement de projet documentaire et de fiction. Cela permet notamment à Mubi de proposer des sorties mondiales et d'organiser la circulation en salle d'une poignée de titres par année. Filmatique se concentre sur des auteurs de la relève. Par l'intermédiaire de son initiative *Filmatique Talents*, il offre à cinq longs métrages et dix courts de la visibilité sur son site web et un an de distribution aux États-Unis et au Canada. Dans le cas de Tënk, finalement, le lien avec la production fait déjà partie du projet initial qui vise à doter d'un organe de diffusion le *Village documentaire*, un regroupement de ressources en formation, documentation et production du cinéma documentaire autour du village de Lussas en France. Le mandat de Tënk comporte donc des stratégies de préachat et d'intervention dans la production des films. Pour ce catalogue orienté sur la diffusion du documentaire d'auteur, les dynamiques d'adaptation ont plutôt concerné la nécessité d'ouvrir des offres satellites (à travers l'Europe et au Canada avec Tënk.ca), afin d'élargir son public et, ce faisant, de renforcer ces moyens, notamment en termes d'aide à la production.

Les stratégies de renouvellement des catalogues et la présence d'indications visuelles quant à la péremption de la disponibilité des films révèlent l'incorporation des temporalités du web par les services de vidéo par abonnement. À cela s'ajoute la correspondance de ces logiques de péremption avec les aspects prototypaux et éphémères de ces catalogues. Une telle homologie met en lumière les conséquences plus profondes de la prégnance de ces temporalités sur l'offre de regard en ligne de la vidéo par abonnement.

4.2.5 La forme et le contenu des paratextes : ton et ambiance

Nous avons décrit la mise en visibilité très sélective des titres. Elle est marquée par un profond décalage entre un petit nombre de films mis en valeur et le reste des titres chargés dans les bases de données. Nous avons également constaté que la visibilité accordée à certaines œuvres ne suit pas une logique de représentativité par rapport à l'ensemble. Au contraire, elle apparaît comme une manière de corriger ou du moins d'amoindrir certains biais des sélections offertes au visionnement. Il s'agit maintenant de s'intéresser aux mouvements de mise en valeur des titres qui s'accompagnent et s'appuient sur des contenus paratextuels. À travers eux, la mise en visibilité d'une entrée du catalogue prend une tournure particulière, que le titre fasse l'objet d'un commentaire dans les textes de présentation sur les pages des films, dans des explorations thématiques ou encore, bien sûr, dans les différents textes que l'on pourrait décrire comme afférents au catalogue, les billets de blogs ou les infolettres produites par les services. À l'aide des éléments collectés au cours des étapes de notre grille de lecture, nous allons voir à quel ton et à quelle ambiance cinéphile renvoient ces paratextes. On verra comment la relation avec les abonnés se veut, dans la plupart des cas, à la fois légère et amicale, tout en étant marquée par une forte teneur promotionnelle. Toujours dans l'esprit de notre collecte de données et au sein d'une analyse multimodale des sites web des catalogues, l'étude du ton des paratextes, envisagés dans leur contexte d'énonciation, permettra de dire quelques mots sur les publics visés par les discours de publicisation des œuvres.

Lorsqu'il s'agit de décrire la nature générale et le ton des paratextes cinéphiles sur les catalogues de vidéo par abonnement, Fandor fait, encore une fois, figure de précurseur. Sa production de contenus contextuels, pensés pour mener vers les films, préparer et accompagner le visionnement de ceux-ci est paradigmatique d'une grande part des textes ici à l'étude (en particulier, ceux émis par les catalogues anglophones de notre corpus). Cela ne sous-entend pas que le service californien soit l'inventeur

des tournures et des fonctions attribuées aux paratextes de la vidéo par abonnement cinéphile. Comme nous l'avons vu à la section *Par la cinéphilie et la critique* de notre cadre théorique, ceux-ci sont davantage le produit d'une histoire des communautés cinéphiles, dans leur constitution pré-numérique et de leur appropriation des outils de mise en réseau démocratisé par l'avènement du web. Par contre, Fandor, par son statut de précurseur, pose indéniablement quelques-uns des grands jalons de l'action de curation des catalogues. Pour s'en convaincre, on peut considérer une page du catalogue californien intitulée *Explore films. Find gems*²⁴⁴. Répartie sur quatre sections *Choose your mood, Go deep, Let us guide you, Find a specific film*, de courts paragraphes introduisent l'abonné au fonctionnement du site et permettent de situer comment Fandor représente son action de recommandation. Le paragraphe *Let us guide you* mérite notre attention. Il est reproduit ici :

Everyone needs a nudge in the right direction sometimes. That's why we're here: to help you discover your next favorite film. How? For starters, head over to Spotlight and peruse a curated, timely selection of films focused on different cinematic themes and events. Like surprises? Tune in any time to the Fandor Channel to see what's playing. It's our own, curated film festival. Journey into film with Fandor, while following a common thread, selected films encompass a wide variety of genres and styles that span the entire history of cinema.

Tout en évoquant les différentes composantes de sa programmation : des sélections en lien avec l'actualité, une chaîne de diffusion en continu, des explorations thématiques de certains films de sa collection, Fandor expose le ton léger, original, parfois émaillé d'une touche d'humour qui caractérise l'ensemble de son effort de curation. Le service s'adresse directement à ses abonnés qu'il désigne ailleurs comme des « films fanatics ». On sent le souhait de ne pas s'encombrer de formalité et, peut-être surtout, de se démarquer des inflexions plus sobres des programmations offertes

²⁴⁴ fandor.com/films (Wayback machine -15 octobre 2014).

par d'autres acteurs, institutions muséales et festivals en tête. La mission du catalogue se trouve également définie. Il s'agit d'aider les abonnés à trouver des films qu'ils vont aimer. D'apparence évidente, cette mission n'est pas partagée par tous nos catalogues. Tënk positionne son offre à l'encontre ou au-delà du simple fait de « montrer ce qui plaît » en disant travailler à former son public – de nombreux abonnés du catalogue sont d'ailleurs des étudiants inscrits par l'intermédiaire de leur institution – ainsi qu'à transmettre un désir de cinéma en soulignant que les outils du web ne suffissent pas à eux seuls à démocratiser l'accès aux films documentaires sélectionnés²⁴⁵. En eux-mêmes les textes produits par Tënk tendent à s'adresser à un public de connaisseurs. Celui-ci compose d'ailleurs la moitié des abonnés du service²⁴⁶. D'une écriture simple, ces paratextes utilisent néanmoins un vocabulaire consacré : « film de personnage », « contraintes créatives », « documentaire de création », « expérimentation sur la forme », « plan fixe », « sujet minimaliste », sans devenir hermétique pour autant. Le catalogue se donne d'ailleurs comme mandat de sortir le documentaire des cercles d'initiés et adopte une posture didactique, voire pédagogique dans le but de faire découvrir de nouvelles formes documentaires à son public. Tënk, consacré en premier lieu au cinéma documentaire, partage d'ailleurs avec Filmatique, orienté davantage sur des films d'auteur contemporains, une même volonté de « changer notre regard sur le monde »²⁴⁷. Filmatique adopte dans ses communications un style ramassé et percutant, mélange d'autopromotion et de foi dans le *pouvoir du cinéma* à promouvoir la diversité et à rejoindre différents publics au sein de la société et par-delà les frontières. Dans les mots d'Ursula Grisham :

We're trying to cultivate as much space around the films so people really view it with the same level of intention and care with which it's made.

²⁴⁵ Entretien avec Jean-Marie Barbe, cofondateur et président de Tënk, Montréal, 3 mars 2020.

²⁴⁶ Selon une enquête menée par Tënk est citée par Samuel Gantier (2021).

²⁴⁷ tenk.ca/fr/manifeste (consulté le 25 novembre 2020).

We're focused on more niche, international content, younger filmmakers and more festival fare²⁴⁸.

Du fait de sa sélection tournée vers les films étrangers, du discours d'ouverture évoqué à l'instant et de son lien avec les festivals, Filmatique s'adresse à un public éduqué et cosmopolite.

Le ton des textes figurant sur les catalogues de la Warner Archive, de Sundance Now, de Criterion Channel et de BFI Player ne prête pas véritablement à mention. Les deux premiers catalogues se limitent à de brefs slogans, répétés dans différentes sections de leurs sites web. Du côté de la Criterion et du volet en ligne de la BFI, le ton est neutre, avec une légère teinte promotionnelle et parfois de petites envolées métaphoriques ou la simple utilisation d'un langage imagé. Finalement, LaCinetek adopte un style neutre pour s'adresser à des abonnés que l'on devine lettrés et attachés à la culture en France. La sélection du mois d'avril 2020, *Double Je*, peut faire ici office de brève illustration. Elle s'ouvre avec une citation du roman *Le Double* (1846) de Fiodor Dostoïevski. Avant la description de chaque film sélectionné, un texte décrit le principe de leur appariement dans de longues phrases modérément alambiquées. La sélection souhaite « cerner les contours de nos identités multiples et toujours mouvantes » en portant « une réflexion métaphysique sur la gémellité humaine », notamment sur « le genre comme construit social ». Tout en reconnaissant la valeur de la sélection proposée – elle passe, entre autres, par *Lost Highway* (David Lynch 1996) et *Fedora* (Billy Wilder 1977) – il faut reconnaître que le recours à un vocabulaire consacré et à des tournures de phrase élaborées oriente cette sélection mensuelle vers un public lettré.

²⁴⁸ Ursula Grisham est citée dans l'article de Jordan Moreau pour *Variety* (2019).

Les textes de LaCinetek, pas exempts d'inflexions promotionnelles, « le chef d'œuvre que vous rêviez de voir »²⁴⁹, sont, en revanche, dénués d'humour ou de second degré. Une telle sobriété autorise néanmoins une légère dramatisation de la présentation de l'offre. Dans la section consacrée aux *trésors cachés* dans les voutes des cinémathèques, sous une bannière présentant une image de pellicule en décomposition (ou en flamme), LaCinetek souligne « le désir partagé de rendre visibles des films jusque-là presque invisibles ».

Les textes produits pour accompagner les films par les catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement sont ainsi faits que l'on peut aisément repérer le format auquel ils correspondent. Lorsqu'ils répondent à une commande, dans les cas de textes écrits à la pige, ou quand ils résultent d'un travail à l'interne, la récurrence de leurs caractéristiques formelles (longueur, langage employé, recherche nécessaire, etc.) apparaît très vite. Nous avons abordé le ton général des indications fournies au fil des sections des catalogues. Afin d'étudier de manière plus précise les productions paratextuelles placées dans l'entourage des films, que cela soit un article mis en lien sur la page du film, une introduction à un cycle thématique ou un contenu fourni sous la forme dite de *bonus*, voyons maintenant quatre formes paradigmatiques pour nous permettre d'appréhender la structure générale des paratextes : les contenus promotionnels, les billets de commentaires, les articles critiques et les contenus externes ou d'archives.

Les contenus promotionnels sont dans la plupart des cas produits à l'interne. Ils fonctionnent par application de recettes redondantes, un questionnaire standardisé envoyé aux cinéastes dans le cas de Filmstruck et Filmatique, par exemple²⁵⁰. En

²⁴⁹ lacinetek.fr/246-selection-du-mois (consulté le 20 avril 2018).

²⁵⁰ Dans les deux cas, le texte final mentionne le procédé utilisé pour recueillir les réponses et le contenu est organisé autour d'un petit nombre de questions récurrentes.

règle générale, ils sont centrés sur le catalogue ou sur des produits afférents à celui-ci. En ce sens, ils sont les plus prompts à être contaminés par le ton *marketing* des efforts de promotion.

Le format suivant, les billets de commentaires, contient des textes rédigés par les équipes des catalogues et des productions à la pige. Adoptant un ton décontracté, ils sont souvent écrits au *je* et ne résultent pas d'une recherche importante sur les films, dans le sens où ils se concentrent sur le ressenti de l'auteur du billet et sur quelques anecdotes à propos des acteurs et des artisans du film. Ils correspondent à un *mode de communication du plaisir* (Jullier et Leveratto 2010a) relativement égocentré qui s'inscrit dans la proclamation des goûts personnels décrite dans notre cadre théorique. Ces textes s'appuient rarement sur des descriptions formelles des œuvres, ou alors seulement par petites touches, autour d'un ou deux éléments ayant attiré l'œil du commentateur. Leur visée n'est évidemment pas analytique et il est inutile de les comparer aux discours savants ou ceux émis par la critique. Ils se distinguent également de l'*érudition fétichiste* décrite par Laurence Allard (2000) dans son étude des forums cinéphiles et ne recourent que rarement aux emprunts fragmentaires et aux *associations intertextuelles* que nous évoquions avec Girish Shambu (2014). Force est de constater qu'il s'agit ici d'un autre registre, dans lequel le partage du plaisir, la valorisation des goûts de chacun, prend le pas sur l'échange autour de *stratégies d'interprétation*, l'une des caractéristiques décrites par Allard dans son étude de l'une des acceptions les plus spécialisées de la culture des fans. Les textes adoptent le vocabulaire et les tournures de phrase des discours cinéphiles dominants, marqués par l'utilisation de nombreux qualificatifs positifs (*compelling, a delight, much-appreciated, poignant*) et de formules toutes faites du type : « makes movies that embolden dreamers », « cinematic stories », « for a glimpse into ».

Une petite recherche à propos des rédacteurs et rédactrices de ces billets montre qu'il s'agit de cinéphiles gravitant dans les milieux de la programmation (festival et cinéma indépendant) et de la critique (presse écrite, magazine en ligne, site de notation tel que Rotten Tomatoes). Rares sont les personnes pour lesquelles ces productions constituent leur activité principale. Ayant en tête les sections *NYC Dispatch* et *Festivals* du catalogue Filmatique, on peut également faire entrer dans ce format les comptes-rendus de festivals et les différentes actualités du monde du cinéma rapportées dans les pages des catalogues. Ceux-ci prolongent ainsi le rôle traditionnel de la presse et des émissions télévisuelles dans l'entretien de la circulation des informations portant sur les films, depuis leur sortie en festival jusqu'à leur inclusion dans des collections de coffrets DVD. Bien que distinctes des commentaires cinéphiles écrits par des pigistes, ces actualités peuvent être rapprochées de ces derniers lorsque l'on considère le phénomène de mélange des genres qui marque l'ensemble de ces contenus paratextuels. Ce mélange apparaît sans doute le plus visible au moment où l'on voit poindre les ficelles des textes produits. On aperçoit alors la commande derrière un billet de blog ou une introduction à la mise en série thématique d'un groupe de films. Dans de nombreux cas, cela passe par la constatation d'une sélection limitée aux titres présents dans le catalogue que les auteurs tentent de mettre en valeur par différentes stratégies cinéphiles. Nous y revenons dans un instant. Il faut d'ores et déjà souligner de telles instances de débordement des logiques de promotion sur l'éditorialisation des films.

Le format des articles critiques renvoie, sans surprise, aux textes et aux contenus vidéo qui se distinguent des précédents. Il s'agit de textes plus longs, fouillés, souvent placés dans des sections à part ou même hébergés sur des sites distincts comme le sont certains blogs de nos catalogues. Si tous les paratextes évoqués jusqu'à présent tentent d'apporter un regard sur les films commentés, les articles critiques se distinguent par la volonté d'apporter un regard original sur ceux-ci, et ce malgré la

standardisation de leurs attributs formels. Rentrent dans cette catégorie des explorations telles que *A Friendly Guide to the Peculiar Comedies of John Ford* de Stuart Collier sur le blog Streamline de Filmstruck ou celle autour d'un petit groupe de films psychédélics proposés par Denis Harvey, *This Is Your Brain on Drug Movies* (s.d.), dans la section *Journey into film* de Fandor. Le fait d'exposer ainsi un point de vue inédit sur le film, de donner à la spectatrice de nouvelles clés de lecture, correspond à notre conception de la critique. Cela peut également passer par la vidéo et, plus particulièrement pour nos objets, par l'essai vidéo. À partir d'extraits des œuvres offertes au visionnement, ou parfois d'un seul film, des auteurs invitent à découvrir de nouveaux parcours de lecture au sein du catalogue. Mubi et Fandor (lors de sa période d'activité) sont les plus actifs sur ce plan. Ils font produire des essais et agrègent des vidéos déjà existantes autour des films au moment de leur programmation en les référençant dans leur blog (le Notebook dans le cas de Mubi). *Essential Viewing : The Spielberg Face* (2011) réalisé par Kevin B. Lee, qui se spécialise en quelque sorte dans ce genre de production, fournit une bonne illustration du genre. Il s'agit de la mise en application des thèses développées par Matt Patches dans un livre intitulé *Spielberg Face Legacy*. Un montage d'extrait des films de Steven Spielberg joue des codes formels établis par le cinéaste lorsqu'il use (et abuse) de gros plans sur l'expression subjuguée des acteurs, le tout analysé sur un ton cinéphile et léger.

Dernier volet dans cette exploration des différents formats de paratextes, on peut désigner par le terme *bonus* une série de contenus associés aux films sur les catalogues, petites productions quasi autonomes qui viennent prolonger le visionnement. Dans la lignée des making-of, des entrevues avec les protagonistes du film et autres documentaires *behind-the-scene*, les catalogues se saisissent de contenus préexistants et produisent à l'interne des vidéos pour accompagner les titres. Par contre, les suppléments offerts par nos catalogues se distinguent par leur facture

et leur originalité des productions paratextuelles grand public, les contenus promotionnels ajoutés à toute sortie en DVD et que l'on retrouve plus récemment dans les sites web officiels des films et dans leurs nombreuses présences sur les réseaux sociaux. À partir des pages consacrées aux œuvres, les sites peuvent renvoyer à des émissions de télévision. LaCinetek a conclu des partenariats avec l'Institut national de l'audiovisuel (France) et la chaîne de télévision franco-allemande ARTE : la première fournit des archives (courts-métrages tournés dans les coulisses, émissions d'époque, matériaux afférents aux films), la seconde des programmes complets comme l'émission *Blow Up* qui déroule un commentaire critique en voix over sur des extraits d'un film ou d'une filmographie. On retrouve ici l'action de la critique qui vise à repérer dans les images (entre elles et d'une œuvre à l'autre) des éléments (esthétiques, narratifs, formels) qui renforcent ou vont à l'encontre du projet du film.

Criterion Channel offre, quant à elle, les paratextes produits par le distributeur de coffret DVD dont elle dépend. Précieux, ces contenus exclusifs – des profils de cinéastes, des *masterclass*, des séries didactiques sur le cinéma – voyagent avec la collection, de l'offre de Filmstruck à la nouvelle plateforme technique fournie à la Criterion Channel par la société Vimeo. Il est difficile de dresser un portrait global des bonus tant leurs formats, leurs tons et leurs contenus divergent. LaCinetek réalise par l'intermédiaire de deux petites maisons de production, Les produits frais et Ricochets production, des entrevues avec les cinéastes ayant recommandé des films. Ils les introduisent et évoquent quelques anecdotes. Le propos, au *je*, évoque un vocabulaire et une sensibilité propre au cinéma. On trouve, par contre, aussi des déconstructions très érudites d'une œuvre ou de plusieurs œuvres, comme dans le cas de l'entrevue très posée et soutenue de Christian Rouaud à propos de la *Règle du jeu* (1939) de Jean Renoir. Situées à équidistance de ces deux pôles, les introductions de Mark Kermode pour le BFI Player sont accessibles gratuitement et présentent sur

environ deux cents des titres du catalogue proposés par abonnement. Leur teneur reprend les codes de la critique cinématographique traditionnelle, accompagnée d'un montage de matériaux audiovisuels pertinents (archives, affiches, extraits des films).

4.2.6 Les paratextes et la cinéphilie en ligne

Nous avons considéré le ton et le format des paratextes produits ou référés par les catalogues. Il s'agit maintenant d'aborder le contenu de ceux-ci et de faire quelques remarques à propos du type de cinéphilie qu'ils contribuent à produire.

« Do you remember when you first fell in love with movies? » La question posée aux abonnés de l'infolettre Sundance Now le 26 décembre 2016 va droit au but. Elle poursuit : « Director Mark Cousins brings back that experience over and over with his epic and idiosyncratic *The Story of Film* ». Les discours déployés par les catalogues sont indéniablement cinéphiles. Lorsqu'ils recommandent un titre dans les infolettres qui font l'objet de notre étude dans cette section²⁵¹, ils reprennent les grands thèmes du commentaire cinéphile. Le film a été repéré par un critique connu (argument d'autorité), une grande actrice y figure (vedettariat) ou alors son inscription dans un courant cinématographique²⁵², voire dans l'histoire d'une nation le rend incontournable. Cette forme de promotion des films n'est évidemment pas nouvelle. Elle s'inscrit dans la lignée des écrits cinéphiles et critiques (les revues et autres journaux présentant des cahiers cinéma), mais aussi dans le sillage des commentaires et avis diffusés à la télévision.

Ce mouvement de prolongement du contexte paratextuel entourant traditionnellement les films et son adaptation au milieu du web et aux particularités de la vidéo par

²⁵¹ Voir la section *Adaptation de la méthode au corpus* pour la méthodologie derrière celle-ci.

²⁵² À noter à ce propos la classification par courant cinématographique effectuée par LaCinetek et la possibilité de filtrer le catalogue selon cet index.

abonnement est marqué par de nombreuses reprises et emprunts. Ceux-ci peuvent être directs lorsque les périclives (synopsis, éléments du dossier de presse, etc.) font l'objet de recopies mot à mot, ceci dans les pages de présentation des films, par exemple. Les synopsis de la Criterion Channel reprennent évidemment ceux produits pour les coffrets DVD de la compagnie. Une petite recherche inversée des textes et des images utilisées dans la liste des films offerts par Mubi révèle également ce type de remises en circulation de contenus préexistants. Plus de la moitié des textes et des photogrammes utilisés dans les vignettes tiennent de la reprise. Il faut noter, par contre, que d'autres catalogues de notre corpus s'appliquent à produire leurs propres courtes descriptions des œuvres (LaCinetek et Filmatique, par exemple) ou choisissent un modèle hybride, à la manière des deux paragraphes de texte présentés en vis-à-vis par Tënk, l'un avec le synopsis, l'autre intitulé « l'avis de Tënk » contenant une petite explication des programmeurs. Autre forme de reprise, les catalogues vont citer et faire référence aux paratextes déjà existants. Il peut s'agir d'un simple endossement sous la forme d'une icône signalant la sélection dans un festival. De manière plus élaborée, Filmatique affiche, toujours sur la page consacrée au film, de nombreuses citations reprises des critiques et commentaires produits par les médias spécialisés. Quelques phrases élogieuses renvoient ainsi à des comptes-rendus du passage des films en festival rédigés pour la presse ou les revues cinéphiles. À côté des titres classiques de ce champ : Variety, The Guardian, the New York Times, Screen, Film Comment, Hollywood Reporter, Sight and Sound, Cahier du cinéma, etc., les titres proviennent également de magazines et autres publications en ligne : The film Stage, Flickfeast ou Indiwire, par exemple.

Il faut donc souligner le fait que l'éditorialisation des films, c'est-à-dire leur inscription dans un nouveau contexte d'énonciation dans les mots de Matteo Treleani (2014), vise l'économie de moyen et repose sur la reprise de périclives existants. La forme de la base de données – nous avons décrit précédemment son incontournable

présence – peut alors servir à associer les films à leurs paratextes critiques. Dans une section intitulée *Avis des critiques*, Mubi affiche ainsi pour chaque titre offert au visionnement un ensemble d'extraits de commentaires écrits sur le film.



Figure 7 : Tableau présenté dans la page du film *Jacquot de Nantes* (Agnès Varda, 1991) sur Mubi.

La capacité du web à faire circuler les contenus se trouve mise à contribution, ici fort probablement par l'intermédiaire d'un fournisseur externe de métadonnées. Sur ce plan, l'action des services cinéphiles de vidéo par abonnement, la *médiation de médiation* qu'ils opèrent, tient du *re-purposing* décrit par Thomas Elsaesser (2005), c'est-à-dire de l'inclusion des films et de quelques-uns de leurs paratextes dans de nouveaux véhicules de diffusion. La (re)circulation de ces contenus que nous mettons en parallèle avec celle des internautes justifie notre choix d'étudier les sites web comme des lieux de croisement culturel²⁵³ et notre approche attentive à cette double circulation. Le rôle joué par les catalogues cinéphiles peut donc se résumer par une action double, l'une d'agrégation des paratextes autour des films qui recoupe reprise, vérification et mise en valeur des textes et matériaux audiovisuels existants, l'autre de production originale de contenus d'accompagnement et autres métadonnées. Les deux sont intimement liées. Les paratextes rapportés dans les pages sont affichés sans

²⁵³ Selon notre emprunt aux travaux que Luc Pauwels (2012), voir la section *Corpus et collecte de données* de notre méthodologie.

solution de continuité et sans justification de leur présence ou d'autres formes d'explication. Comme nous allons le voir un tout petit peu plus loin, les paratextes émanant des services cinéphiles reprennent les codes et les tournures de la cinéphilie contemporaine. C'est pourquoi il nous faut envisager le travail des catalogues dans le prolongement de ces discours. Avant de poursuivre, on peut déjà souligner le rôle central qu'ils jouent ici. Nous avons vu l'importance des échanges entre les pôles journalistiques, universitaires et les communautés de fans pour la cinéphilie contemporaine. Bien que les stratégies de nos catalogues s'appuient sur la porosité déjà existante entre les espaces discursifs pour constituer ce que Jancovich (2002) désigne comme des *marchés sélectifs*, il n'en demeure pas moins que leur action contribue à entretenir ce type de communication entre pôles.

Dernier exemple probant de la continuité des discours cinéphiles, les services vont faire appel à des figures tutélaires du milieu. Le British Film Institut profite ainsi de la renommée de Mark Kermode, un critique de cinéma britannique ayant œuvré dans la presse et à la télévision. BFI Player lui consacre une page entière qui se démarque à double titre des autres collections de titres : par sa référence dans le menu de navigation et par l'imposante image du critique posant face caméra dans l'illustration de couverture de la section. Par son nom et son image, Kermode jouit d'une grande présence dans les différentes sections du catalogue (voir Figure 8).

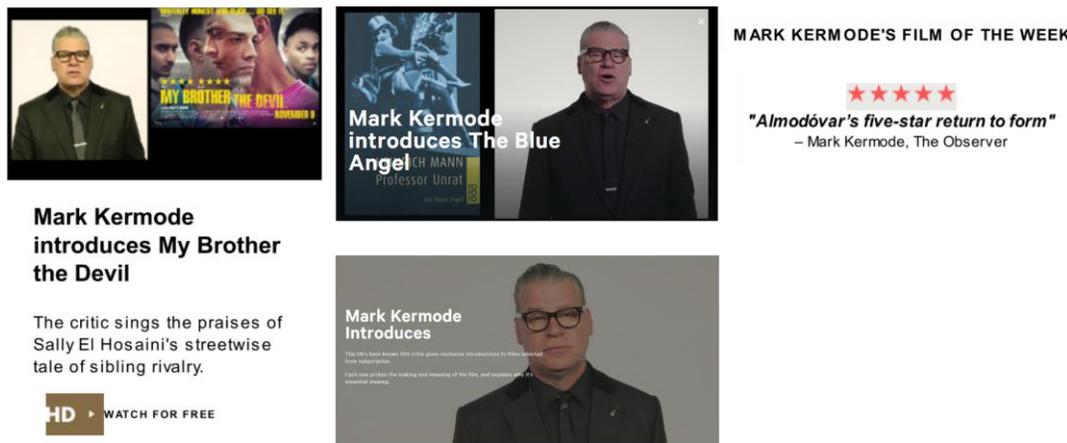


Figure 8 : Montage d'éléments visuels soulignant la présence de Mark Kermode sur le catalogue BFI Player (juin 2019).

Enfin, l'appel aux cinéastes lancé par LaCinetek peut également se lire dans un même mouvement de continuité. Ces dynamiques de reprise et de prolongement des instances traditionnelles de la recommandation culturelle balisent le passage des films sur les catalogues.

La promotion des films, en particulier celle qui vise à recommander des titres moins connus, ceux situés dans la longue traîne de la programmation des catalogues, repose sur une construction intertextuelle par association. Les infolettres cherchent ainsi à tisser des liens entre le titre à présenter et des œuvres à succès ou des vedettes dont la renommée pourrait rejaillir sur les premiers. Cela se joue, par exemple, sur la mise en valeur des premiers films ou courts-métrages de cinéastes de talent. Ainsi, le courriel envoyé par Fandor à propos de *Dottie Gets Spanked* (Todd Haynes, 1994) se lit comme suit : « In an early short, the maker of *Carol* and *Far From Heaven* shows his skill at capturing the complex collisions between societal expectation and heartfelt

inner passion »²⁵⁴. Le lien est parfois plus ténu lorsqu'il s'agit de retracer des jeux d'inspiration et de renvois entre les œuvres :

An early influence on **Star Wars** (whose squabbling droids, gutsy princess and more started here), **The Hidden Fortress** has action, humanity and **Toshiro Mifune**. His star power dazzles, in a film that's the perfect entry point to the work and the genius of **Akira Kurosawa**²⁵⁵,

ou encore plus osé et, sans doute, non dénué de second degré : « “Coronation Street directed by Robert Bresson,” said one reviewer of Terence Davies' astounding achievement, a film that hooks like few others »²⁵⁶.

Toujours dans le prolongement des pratiques et discours de la cinéphilie, la jouissance de la matérialité du film est convoquée afin de mettre en valeur l'offre des catalogues, ceci malgré l'apparent paradoxe que cela provoque étant donné la nature numérique des copies présentées. L'infolettre de Fandor présente le film *Little Feet* (Alexandre Rockwell, 2013) en insistant sur l'esthétique du format 16mm : « A brother and sister, on a mission to set their pet goldfish free in the ocean, embark on an epic odyssey through Los Angeles that is captured on glorious, gorgeous, and tactile black-and-white 16mm film. »²⁵⁷. Autre temps, autre format, mais principe similaire, le synopsis de *Video Nasties* (Jake West, 2010) replace le format VHS dans son histoire, ici spécifiquement le début des années 1980 en Angleterre, afin de faire la promotion de ce documentaire à visionner sur le catalogue Fandor. Toujours à propos de la matérialité des copies présentées, les paratextes mettent de l'avant et dramatisent la qualité du travail de restauration : « in a spectacular new digital restoration » ou « restored seventy-five years after its creation ».

²⁵⁴ Infolettre Fandor, 27 janvier 2017.

²⁵⁵ Infolettre BFI Player, 28 décembre 2016, mise en évidence d'origine.

²⁵⁶ Infolettre BFI Player à propos du film *Distant Voices, Still lives* (Terence Davies, 1988), 2 décembre 2016.

²⁵⁷ Infolettre Fandor, 23 septembre 2016.

Une autre thématique, elle aussi quelque peu surprenante vu le contexte d'abondance supposée du Net, renvoie à la rareté des œuvres. Elle correspond à un lieu commun de la cinéphilie, en voici quelques extraits :

- « presented in its rarely seen sound version »
- « AWOL for ages but now back on parade »
- « to recreate explicit footage lost to the censor »
- « Denied a cinema release, it's now a revered rarity that deserves your attention »
- « a story of obsession that took equal determination to locate and restore »
- « Although only a small portion of her film work has survived »

Afin de décrire *The Trial* d'Orson Wells (1963), l'infolettre Fandor rappelle le statut de son réalisateur, la renommée des acteurs du film et recourt à un argument d'autorité en citant le commentaire du critique Richard Brody (*New Yorker*) sur l'œuvre. Le synopsis commence néanmoins par l'évocation de la rareté de la copie présentée :

Long thought lost, until rediscovered and restored at the beginning of the 21st century, Welles' powerful adaptation of Franz Kafka's chilling novel — a film Welles ranked among his greatest cinematic achievements — stars Anthony Perkins (best known as Norman Bates) and Jeanne Moreau and has been called “his most political film as well as his most visually extravagant work” by Richard Brody of the *New Yorker* [...] (20 janvier 2017).

Cette insistance sur la rareté des copies s'inscrit d'ailleurs dans une quête de la perle rare, les « hard-to-find gems » ou « underseen, underappreciated gem ». L'évocation du trope récurrent de la perle rare vise à donner du crédit à l'œuvre et à son visionnement. Pour certains films indépendants, il s'agit d'une valeur sciemment

entretenu dans une stratégie promotionnelle reposant sur des logiques de rareté²⁵⁸. Dans le cas des longs métrages, la valeur de rareté prêtée aux œuvres laisse aussi sous-entendre que la consultation pourrait donner accès à un pan de l'histoire du cinéma encore méconnu ou mal compris. Il en va ainsi de l'accroche produite pour le film *Lions Love* par Mubi :

Long unavailable — and currently unreleased on DVD — Agnes Varda's award-winning *Lions Love* is an epochal look at America in 1968: a meditation on freedom, fantasy, decadence, and the Summer of Love going sour. MUBI is proud to present this elusive 60s cult classic²⁵⁹.

La notion de *film culte* convoquée ici signale l'importance du film pour le cinéma et la nécessité de le faire (re)découvrir. On le voit, les textes de présentation composent le plus souvent avec plusieurs thématiques cinéphiles. À celles évoquées jusqu'ici, de la matérialité du film à la rareté de l'œuvre ou de la copie présentée, viennent s'ajouter des arguments classiques : vedettariat, inscription dans un courant cinématographique, dans l'histoire d'une nation, etc. Une telle forme de promotion des films n'est évidemment pas nouvelle. Par contre, le ton choisi par les services de vidéo par abonnement semble se démarquer par la combinaison, parfois un peu forcée, de ces thématiques. La précision de l'argumentaire frôle alors la caricature, comme dans cette évocation complexe du film de Bingham Bryant et Kyle Molzan : « [...] The by-turns enchanting and perplexing *For the Plasma* [2016], a slow-burn puzzle box with subtle sci-fi undertones shot in glorious 16mm and scored by famed experimental composer Keiichi Suzuki [...] »²⁶⁰.

Tomber dans la dérision est aussi une possibilité assumée, voire revendiquée, par les services et il ne s'agit pas ici de faire le procès d'une manière ludique de manipuler

²⁵⁸ Hessler (2018) décrit les difficultés rencontrées par Mubi, avant de passer à une formule de programmation tournante, pour acquérir les licences de films expérimentaux ou d'art dont les producteurs redoutaient la mise à disposition ubiquitaire sur l'Internet.

²⁵⁹ Infolettre Mubi – 13 mars 2014.

²⁶⁰ Infolettre Fandor, 22 juillet 2016.

les films et de les offrir au visionnement. « Le film-culte au second degré, le film raté ou hyper-conventionnel, est un geste cinéphile d’auto-dérision qu’autorise la vulgarisation de la culture cinéphile savante » nous rappellent Jullier et Leveratto (2010, 20)²⁶¹. Il faut plutôt observer comment la combinaison des arguments cinéphiles s’inscrit dans un phénomène plus général. Les catalogues en désignent eux-mêmes la logique lorsqu’ils soulignent l’éclectisme de leur programmation. Plaçant sa sélection de mai 2020 sous de tels auspices, la Criterion Channel fournit également des précisions sur la fonction assignée à cette recherche de multiples entrées vers les films :

With a centenary tribute to the legendary title-sequence designer Saul Bass, a trio of enigmatic films from French New Wave titan Jacques Rivette, early work from acclaimed director Eliza Hittman, oneiric shorts by the Quay brothers, the exclusive streaming premiere of Horace B. Jenkins’s long-lost *Cane River*, and a new episode of *Adventures in Moviegoing with the Safdie brothers*, there’s something for everyone in our eclectic May lineup²⁶².

Ce souhait de présenter *quelque chose pour tout le monde* traverse la communication des catalogues et se reflète dans le recours généralisé à l’adjectif *éclectique* afin de caractériser les choix de programmation. On peut lire cette tendance selon deux voies, à penser de manière dialogique, tant les paratextes cinéphiles jouent ici sur les deux plans en même temps. La première se veut le reflet d’une diversité d’œuvres et de points de vue. Revendiquer ainsi la capacité de produire des sélections lâches, sans principes fédérateurs (thématiques, esthétiques, etc.), permet aux catalogues cinéphiles de refléter différentes orientations (politiques ou de genre) et de travailler à la redécouverte des films issus des minorités ou simplement réalisés par des femmes,

²⁶¹ Ce second degré peut passer par la précision un peu forcée de l’argumentaire. Il est aussi évoqué à même l’acte prescriptif, par exemple sous la forme d’un aparté : « And if you want *another (strange) reason* to watch, it features future “Magnum, P.I.” stars Tom Selleck and Roger E. Mosley ». Infolettre Mubi, 6 mars 2014, à propos du film *Terminal Island* (Stéphanie Rothman, 1973), nous soulignons.

²⁶² Infolettre The Criterion Channel, 30 avril 2020.

une part de la production que l'histoire du cinéma oublie encore fréquemment. La seconde tient de la diffraction. La *(re)contextualisation* des films, au sens développé par Matteo Treleani (2014), l'action de faire se rejoindre deux regards, celui de l'époque de la réalisation du film et celui de la spectatrice contemporaine²⁶³, repose sur une recherche de l'élément d'appel à destination d'une audience nichée (pour reprendre un terme à la mode, sans y souscrire entièrement). Dans la recherche d'éléments pour mettre en relation les films avec leur public potentiel au sein des abonnés, les catalogues font appel à des catégorisations en genre et sous-genre. Ce type de classement des films est un lieu commun des catalogues de vidéo par abonnement. Cloé Delaporte (2019) constate leur utilisation dans de nombreuses offres de visionnement en ligne, que cela soit par de simples mentions, afin de donner aux abonnés une idée du contenu du film ou pour fournir une possibilité de manipulation du catalogue, par l'activation de filtres et autres systèmes cliquables de navigation. Delaporte relève, en particulier, la création de catégorisations propres à chaque service, au-delà des genres communément admis (action, drame, horreur, science-fiction, etc.). Ces nouvelles subdivisions peuvent venir préciser un ensemble d'œuvres par l'invention d'un sous-genre ou se rapporter directement au fonctionnement des catalogues. Nos catalogues font usage de ces deux types de regroupement. Seul l'un d'entre eux, Fandor, pousse, par contre, la logique jusqu'à permettre le filtrage du catalogue par l'intermédiaire de sous-genres faits maison. Les discours cinéphiles produits s'appuient largement, quant à eux, sur ce type de catégorisation par affinage et complexification de la portée d'un genre. Les deux schémas de la Figure 9 illustrent la démultiplication des genres *drame* et *erotique* par ce qui les précède, ou encore, leur déclinaison par appariement avec un autre genre (*erotic thriller* ou *erotica horror*).

²⁶³ Un rapprochement qui peut tout aussi bien se jouer entre deux univers de sens.



Figure 9 : Synapsie et combinaison à partir des termes *drama* et *erotic*.

À partir des mêmes ressorts de catégorisation, les catalogues tissent parfois un lien beaucoup plus direct avec les communautés d'interprétation visées par leur communication. Le genre prend alors le nom d'une communauté : « lesbian coming-of-age drama », « provocative LGBT films », ou encore « this landmark triumph of provocative, cerebral gay cinema ». Pour comprendre ce qui soutient ces choix de mise en discours de la programmation, le genre doit être conçu comme une forme d'appropriation des œuvres. Sémir Badir (2017) propose une définition du genre attentive à sa construction au sein de pratiques interprétatives. Il décrit une *herméneutique de l'appropriation* qui permet aux vendeurs et aux consommateurs de faire se rejoindre leurs aspirations et leurs attentes en termes de goûts et de plaisir escompté. C'est donc par l'intermédiaire d'un travail sur la déclinaison des catégories de genre que nos catalogues tentent, entre autres, de rejoindre leur public. Les catalogues cinéphiles semblent appréhender celui-ci sous la forme des sous-cultures que nous évoquions avec Sarah Thornton (1995). Chaque groupe possède et entretient son propre univers d'interprétation. Les catalogues souhaitent alors inscrire leur offre de visionnement dans le prolongement des médias (forums spécialisés, chaînes vidéo, magazines, etc.) déjà orientés vers – et parfois constitutifs – de ces groupes, selon la conception du lien entre le fandom et les médias évoqué dans notre cadre théorique. Dans cette visée, les catalogues bénéficient d'un avantage. Ils proposent les paratextes, les clés de lecture des films, mais aussi les œuvres, elles-mêmes offertes à la consultation, et ceci de manière légale ce qui leur assure la collaboration et l'appui des ayants droit.

Revenons sur la construction de sous-genre par nos catalogues. Le fait de savoir si cette stratégie de sollicitation des abonnés fonctionne dépasse la portée de notre recherche. On peut, par contre, s'interroger sur les conséquences de cet éclectisme par diffraction des genres, d'autant que le phénomène, marqué, supporte la complexité : que ce soit dans la précision « much more than just a thrillingly rendered, “purely visceral” sci-fi war movie », dans l'historique des catégories elles-mêmes « oddly prescient early wilderness adventure film » ou « A low-fi, deliciously dark « post-mumblecore » comedy » ou même par des considérations que l'on pourrait dire *meta* « blood-red and bisexual, swings across genre ».

À force de chercher des éléments d'appel aptes à correspondre aux constructions interprétatives d'audience supposées, l'apport procuré par le visionnement ne finit-il pas par devenir insaisissable, éparpillé dans la diffraction des goûts et des lubies à propos d'un aspect bien spécifique de l'univers cinématographique ? Cette stratégie de diffraction des préférences s'inscrit dans une compréhension de la cinéphilie développée au cours de travaux récents sur les audiences connectées et leurs pratiques de visionnement. La cinéphilie dite *nobrow* refuse les connotations, tant élitistes que populaires (Jullier et Leveratto, 2010), et souhaite dépasser la recherche d'une *immersion individuelle* au profit de l'échange au sein de communautés en réseau (De Valck et Hagener, 2005). Ces communautés sont composées d'une multitude d'identités qu'elles contribuent à construire. Le *nobrow* représente une rupture avec la cinéphilie classique, perçue comme une pratique de distinction, au sens donné par Pierre Bourdieu (1979). On pourrait discuter ces affirmations. En premier lieu, à propos de leur conception des pratiques cinéphiles existantes ou historiques contre lesquelles le *nobrow* offrirait une voie différente. Jullier et Leveratto (2010) observent notamment que la cinéphilie à la française a pu être confondue, lors du passage à l'ouest du terme, avec une « doctrine esthétique ». Ils rappellent que les pratiques de l'époque visaient plutôt une consommation très large à la recherche du film de qualité.

Afin de rester centré sur nos objets, contentons-nous de relever ici que les services de vidéo par abonnement souscrivent à cette vision spécifique de la cinéphilie. À travers la complexité de la promotion des films, ils tentent de satisfaire le plus grand nombre, en trouvant la perle rare adaptée aux goûts de chacun, ou du moins, en faisant miroiter cette possibilité à leurs abonnés. Face à la riche diversité des goûts et des pratiques, il est intéressant d'observer la capacité des services de vidéo par abonnement de refléter cet éclectisme, du moins pour ceux qui ne font pas le choix de l'hyperspécialisation (autour d'un genre, d'un type de cinéma, etc.). Ces catalogues recourent alors à un mélange de solutions technologiques et de choix de programmation ciblés, adressés à une partie de leurs abonnés actuels ou futurs.

Le fait que les catalogues prolongent, tout en les modifiant, certains des discours et des représentations cinéphiles contribue à former une expérience de cinéma adaptée au web. Il faut lire, dans ce contexte, la programmation qu'ils tentent de mettre en place, sans connotation élitiste et adressée au plus grand nombre, tout en étant adaptée aux préférences supposées de leurs abonnés. En tant que notion abstraite liée au dispositif du cinéma, la cinéphilie est à la fois constitutive de ce dispositif et le produit des relations tissées en son sein. Comment se trouve-t-elle donc modifiée par son actualisation dans les catalogues de vidéo par abonnement ?

On peut évoquer trois points où la cinéphilie se trouve détournée par les processus de mise en visibilité des films sur le web. Le premier, en quelque sorte la condition de possibilité de cet éclectisme, renvoie à la neutralité adoptée par les services de vidéo par abonnement. Si les programmeurs et les commentateurs revendiquent leurs affinités et préférences, le catalogue, lui, ne prend jamais parti. Tarleton Gillespie (2010) a montré comment cette neutralité permet aux grands agrégateurs de contenu, à l'image de YouTube par exemple, de donner l'illusion que tous les contenus se valent tout en déployant, en coulisse, des stratégies de promotion (mise en visibilité et publicité) et de modération des apports des utilisateurs. Le second point fait contraste

avec cette ouverture. Les textes promotionnels prennent parfois une tournure normative, trahissant de la sorte le ton inclusif de la cinéphilie *nobrow*. Dans le cadre de l'émergence de la vidéo cinéphile par abonnement, de l'invention de nouvelles pratiques de visionnement adaptées à l'offre de regard cinéma que ces abonnements proposent, il arrive que la promotion des films fasse référence à la manière de les consommer, c'est-à-dire qu'elle conseille une série de pratiques de visionnement à privilégier.

En lien avec ce que nous venons d'évoquer autour de la recommandation cinéphile, les catalogues vont fournir des clés d'entrées à la filmographie d'un auteur ou à un genre particulier. C'est le cas de l'infolettre de Sundance Now lorsqu'elle décrit le film *Boy* (Taika Waititi, 2010) et sa valeur d'introduction au genre du *passage à l'âge adulte* : « Funny and sweet without becoming saccharine, sentimental without becoming nostalgic, BOY is *an excellent entry into the sub-genre* »²⁶⁴. Les paratextes pointent également, dans un mouvement similaire bien que de plus grande ampleur, un tissu de références croisées à retracer pour se forger sa propre cinéphilie. Sont alors mis à contribution les formes argumentatives décrites précédemment, ici, par exemple, l'association et l'argument d'autorité : « Released in 1969, the film has served as *an inspiration for a generation of independent filmmakers* (Jim Jarmusch and Paul Thomas Anderson, among others, count this as a foundational film) »²⁶⁵ ou encore à propos du film britannique *For Those in Peril* (2013) « Director Paul Wright glides between styles, evoking the feel of Lars Von Trier and *Beasts of the Southern Wild* »²⁶⁶.

Sur un plan davantage orienté vers les pratiques de consultation des titres et la manière de faire l'expérience des films, certains paratextes concernent le rythme de

²⁶⁴ Infolettre Sundance Now, 24 décembre 2016, nous soulignons.

²⁶⁵ Sundance Now, 19 janvier 2017, nous soulignons.

²⁶⁶ BFI, 9 décembre 2016.

visionnement ; comme lorsque le catalogue en ligne du festival Sundance termine sa présentation du long film documentaire de Mark Cousins *The Story of Film* par deux possibilités : « Sample just a bit or binge on all 15 hours »²⁶⁷. Le choix d'une ambiance adéquate peut aussi être évoqué, la même infolettre conclut sa présentation d'un cycle romantique par la recommandation : « We invite you to cuddle up with a loved one this weekend and immerse yourself in these tales of romance, betrayal, misunderstanding, and more »²⁶⁸. Étonnamment, le ton se fait ici davantage conservateur, autour de représentations plus traditionnelles du foyer et des pratiques de visionnement.

Les paratextes évoquent parfois des émotions ou des états d'esprit à adopter : « Memory Box [...] will haunt you for far longer than its eleven-minute running time »²⁶⁹ et plus équivoque, « escape into new cinematic worlds, expand your mind, zone out »²⁷⁰. À quelques reprises, les paratextes encouragent les abonnés, dans la tradition cinéophile, à répéter le visionnement (*multiple viewings required*) pour mieux profiter des films. D'ailleurs, les paratextes se concentrent sur le récepteur du message et ne mentionnent pas la possibilité de partager l'expérience de visionnement ou de communiquer avec d'autres abonnés. La communication cinéophile de nos catalogues est en ce sens unidirectionnelle. Elle n'incite pas à l'échange entre l'internaute et le service ou alors de manière ponctuelle et cadrée : à partir de données recueillies par l'interface, lors de concours ou de demande de feedback, etc. Elle n'encourage pas non plus à contacter d'autres abonnés. Si une expérience collective

²⁶⁷ Sundance Now, 24 décembre 2016

²⁶⁸ Sundance Now, 9 février 2017.

²⁶⁹ Fandor, 30 septembre 2016.

²⁷⁰ Sundance Now, 11 novembre 2016.

du visionnement est évoquée, elle renvoie à la projection du film en groupe plutôt qu'à des formes de visionnement partagé en ligne²⁷¹.

If you haven't experienced the uniquely chilling beauty of *Eyes Without a Face* which is streaming as part of The Panic Room theme on FilmStruck through March 10, 2017, there's no time like the present. In fact, if at all possible, I'd recommend that you cue this puppy up and see it with as many friends as possible in the room. It's the kind of film that thrives on audience response with each little reaction building to a climactic crescendo best experienced with other *moviegoers*, no matter *the size or state of the screen* you're watching²⁷².

Si l'on résume les éléments évoqués jusqu'ici, les paratextes de la vidéo par abonnement prolongent les discours et les expériences de la cinéphilie, sont parfois le résultat de citations et de reprises, entretiennent un rapport paradoxal à la rareté et à la matérialité des copies présentées et participent de l'invention de nouvelles pratiques de visionnement en recommandant des postures à adopter devant les films.

Andrea del Lungo appelle, dans son article *Seuils, vingt ans après*, à considérer au-delà de son rôle classique « comment le paratexte mobilise un sens, des savoirs et des formes que le texte peut confirmer, développer, mais ainsi déplacer, voire infirmer » (104). Étudier cette mobilisation du sens doit également nous amener au-delà de cette tension avec le contenu de l'œuvre. Il s'agit de considérer l'action des paratextes dans une plus large acculturation des audiences. Celle-ci correspond et s'inscrit dans une conception de la distribution des produits culturels, qui va au-delà de la simple mise en marché, pour s'intéresser à la circulation des textes et son effet sur la constitution et l'entretien des audiences. Nous l'avons vu, Jonathan Gray, mais aussi Raymond Lobato, Sean Cubitt ou encore Evan Elkins démontrent que l'action de distribuer un contenu culturel repose sur la connaissance de circuits de valorisation des œuvres,

²⁷¹ On pense notamment aux possibilités offertes par Teleparty (anciennement Netflix Party) ou les *Groupwatch* de Disney+.

²⁷² Nathaniel Thompson. 1er février 2017. « The Eye has it », *Streamline – blog de Filmstruck*. Nous soulignons.

une gestion de la circulation des textes qui visent à préparer leur réception, ceci en particulier sous une forme donnée plutôt qu'une autre (ici les versions numériques des films).

La balance entre périphrase et paratexte, entre reprise et remédiation, renvoie au rôle que peuvent jouer les catalogues cinéphiles, avec leurs petits moyens, dans la constitution d'un nouveau contexte de consommation des films, dans la possible *relocalisation* du cinéma. Revenons-en donc à la cinéphilie créée sur les catalogues et à ses conséquences. Notre dernier point découle des précédents et représente l'un des aspects négatifs de la mobilisation des films par le numérique. Il s'agit du mirage de l'accessibilité associé au *nobrow*. Dans leur livre *Cinephilia: movies, love and memory*, Marijke de Valck et Malte Hagener affirment ainsi :

Because of its varied use of different technologies, communication channels, and exhibition formats, the contemporary way of remembering is far more accessible than the practice ever was in the 1960s when it was basically limited to a handful of Western metropolises (Valck et Hagener, 2005, 22).

Les deux auteures lient la multiplication et l'horizontalité des échanges, toutes deux facilitées par les nouvelles technologies, avec une plus grande accessibilité du travail de réminiscence cinéophile. On sait pourtant que la circulation des contenus en ligne est marquée par de forts contrastes, entre des zones très parcourues et visibles et d'autres beaucoup moins accessibles (les œuvres sont présentes en ligne, mais rarement visitées). L'insistance sur la différence entre les pratiques des années 1960 et celles d'aujourd'hui peut aussi prêter à confusion, d'autant qu'elle repose sur une vision quelque peu réductrice de l'histoire de la cinéphilie. Loin de se limiter à quelques épicycles culturels, la cinéphilie de l'époque renvoie aux myriades de ciné-clubs répartis sur le territoire, ainsi qu'à la programmation des films sur les ondes de la télévision, présentations qui sont, dans les deux cas, accompagnées de

commentaires et de discussions²⁷³. Exclure ces pratiques pour se concentrer sur la seule cinéphilie des métropoles, dans les pages des revues ou sur les bancs des cinémathèques, c'est oublier tout un réseau de liens et d'échanges (certes parfois hiérarchisés en direction de la métropole), mais surtout nombre de projections, de conférences et de débats de province.

En guise de synthèse de notre second axe de recherche et avant de passer au suivant, il faut noter ce qui est mis en jeu par l'éclectisme neutre et le second degré des paratextes cinéphiles proposés par les catalogues. Cela touche à la composante collective de l'expérience cinéma. Il faut avoir en tête l'expertise culturelle commune qui permet le partage de l'expérience et la capacité de se *mettre à la place d'autrui* dans les mots de Leveratto (2003) ou, dans la formulation d'une idée similaire par Benjamin, la prise de conscience d'un *inconscient optique* partagé qu'autorise la rencontre esthétique. C'est à partir de cette composante collective de l'expérience cinéma que les pratiques de visionnement, les formes d'interprétation des films et les discours influencent la relation de la spectatrice-internaute avec le film. En particulier, ces discours et ces pratiques peuvent, sans doute bien malgré eux, creuser la distance entre les films et celles et ceux qui les visionnent. Considérer de la sorte les conséquences d'une mise à distance du cinéma par la cinéphilie *nobrow* et son déploiement sur les catalogues de vidéo par abonnement nécessite de revenir aux travaux de Serge Daney et sa dénonciation d'un biais qu'entretiennent ses contemporains avec les films. Dans sa série de textes intitulée : « Fonction critique », il dénonce le projet culturel bourgeois qui vise à acculturer la masse à une manière spécifique de consommer la culture ; sous couvert de démocratisation, rendre hégémonique un jugement sans émotion et imposer une certaine forme de discours sur les films. « Démocratiser la culture, en faciliter l'«accès», encourager les masses à

²⁷³ Voir le chapitre « Le mouvement des ciné-clubs [...] » du livre de Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto et celui de Gilles Delavaud « André Bazin, critique de la télévision » dans l'ouvrage collectif *L'œil critique : le journaliste critique de télévision* (2002).

tenir un discours sur les produits culturels, un discours éclairé, un discours de spécialiste » (Daney, 2001 [1974], 108). Selon Daney, cette lecture des films les tient à distance pour faciliter la tenue d'un discours d'expert à leur propos. Daney appelle à laisser émerger d'autres formes d'appropriation des films qui soient, dans sa lecture, propres à la classe ouvrière. La distanciation qui nous préoccupe résulte d'un mouvement à la fois distinct et similaire. Elle naît de la vaste quantité d'œuvres offertes et du fait que les services encouragent un visionnement par affinité, exacerbant les goûts et préférences individuelles. Malgré cela, ils promeuvent certaines pratiques de visionnement plutôt que d'autres et renvoient à une série de représentations liées à la cinéphilie. Surtout, ils conduisent, bien que par des voies différentes, à mettre à distance les films au sens développé par Daney. Les discours produits par les catalogues de notre corpus s'arrêtent, dans leur grande majorité, à la présentation d'une pluralité de préférences et de goûts. Ils relaient certaines des interprétations privilégiées, renvoient parfois aux communautés qui les produisent, mais participent rarement à la déconstruction des logiques de goûts elles-mêmes. Cette déconstruction constituait pourtant l'un des enjeux principaux des modes de lecture alternatives (cultisme, *trash* ou *camp*, par exemple) auxquelles ils se réfèrent indirectement. Dans leur action de médiation des formes de lectures existantes, les catalogues travaillent à leur circulation sans fournir les clés de lecture permettant de pratiquer une telle défamiliarisation du regard, c'est-à-dire une appropriation des œuvres par leur lecture singulière (que celle-ci soit originale ou partagée). L'action des catalogues cinéphiles risque ainsi de déboucher sur un résultat similaire au *discours éclairé* dénoncé par Daney : un appauvrissement de la diversité des pratiques et une absence d'appropriation des œuvres par leur visionnement.

4.3 Le rôle de la technologie dans la gestion et la curation des versions numériques des films (axe 3)

Pour ce dernier axe de notre étude, nous allons nous intéresser à la prescription automatique des films et plus généralement à la matérialité de la diffusion des copies numériques sur les réseaux numériques. Nous cherchons ainsi à répondre à la question : comment la prescription algorithmique et la gestion des données (copies numériques, métadonnées, paratextes) influencent les processus de remémoration propres à l'*expérience cinéma* ? Les catalogues cinéphiles confient une partie de la prescription à la machine. Par prescription, on entend ici une aide à la décision qui repose sur la confiance accordée au prescripteur dans sa capacité à « faciliter le processus de consommation »²⁷⁴. Les catalogues ont recours à des algorithmes de filtrage et de classement des contenus. Au-delà de leur usage pour proposer des sélections de films constituées sur mesure pour chaque abonné, sans aucun doute l'utilisation de ceux-ci la plus évoquée dans les médias²⁷⁵, nous évoquerons plusieurs facettes de la médiation algorithmique offerte par les catalogues : dans la recherche, la gestion des métadonnées, le filtrage manuel des films ainsi que dans la forme de la navigation proposée. Le recours aux algorithmes a représenté, un temps, la solution idéale de mise en valeur des titres en fonction des préférences supposées des abonnés. Dès 2016, on observe néanmoins un mouvement contraire qui tend à se détourner de la recommandation algorithmique, voire à s'en distinguer en soulignant l'offre de programmations montées par des experts et donc au sein du paradigme de la

²⁷⁴ Millerand *et al.* (2018, 34) empruntent cette définition aux travaux d'Armand Hatchuel en passant par Thomas Stenger. Elle leur permet d'insister sur les efforts déployés par Netflix pour convaincre les abonnés de l'utilité et de l'efficacité de son système de recommandation.

²⁷⁵ Les articles reflètent la portée géographique et l'évolution dans le temps de l'entreprise. Ils offrent tous de dévoiler le fonctionnement *secret* des algorithmes de recommandation, voir celui de Klint Finley (2014) à propos d'un *cerveau artificiel* construit par Netflix, Ben Travers (2015) pour *IndieWire*, Audrey Ceillet (2016) pour *Clubic* en France et Libby Plummer (2017) pour *Wired UK*. À noter que les articles portant sur la société depuis 2017 tendent à s'intéresser davantage aux parts de marché et à la place occupée par ce géant de la diffusion mondiale du cinéma.

médiation culturelle classique. C'est entre ces deux pôles de la médiation que nous mènerons notre exploration dans cette section²⁷⁶. Nous observerons les efforts déployés par les catalogues, en étudiant une série d'essais et d'erreurs autour de l'utilisation des algorithmes. Ce faisant nous constaterons la mise en relation des spectateurs et des films selon un mode spécifique et ses conséquences sur l'agentivité de l'internaute, sa capacité à créer son propre cheminement à travers les mémoires techniques du cinéma et son aptitude à entrer en interaction avec les autres abonnés. Finalement, étudier la matérialité de la diffusion vidéo, les processus logiciels et réseautiques derrière l'acheminement et la lecture des versions numériques des films, nous permettra, en remontant les données²⁷⁷, de replacer nos catalogues au sein des logiques de circulation de l'information en ligne. Ce sera l'occasion de relever encore une fois les mouvements d'hybridation entre l'offre de regard du cinéma et le milieu du web. Ici, ces mouvements concernent, comme nous allons le voir, la fragmentation et la dissémination des contenus en circulation.

4.3.1 Systèmes de recommandation contre curation humaine

Lorsqu'il s'agit d'évoquer l'action des systèmes de recommandation sur la diffusion en ligne du cinéma, bien des gens vont faire le lien avec l'offre de Netflix. L'entreprise californienne a popularisé l'utilisation des algorithmes dans la mise en valeur de son catalogue auprès de ses abonnés, en présentant, à même la page d'accueil de son service, de nombreuses sections nourries par un système de recommandation développé à l'interne. Peut-être dans l'espoir de bénéficier des importants moyens marketing consacrés par l'entreprise pour vanter les mérites de cette manière de simplifier ou de guider le choix des titres à visionner, plusieurs de nos catalogues proposent les films selon des sections intitulées, par exemple, « parce

²⁷⁶ Nous voyons toujours celle-ci, dans l'esprit de notre cadre théorique, comme un processus de second niveau dans la « médiation de médiation » propre au *regard cinéma en ligne*.

²⁷⁷ Selon la formule employée par Ramon Lobato (2019).

que vous avez aimé » tel film. Le succès de la recommandation algorithmique ne dure néanmoins qu'un temps. Nous allons voir pourquoi en nous intéressant tout d'abord au fonctionnement de ces systèmes complexes. Dans le cas des catalogues de vidéo par abonnement, le rôle assigné aux algorithmes de recommandation consiste à prédire la satisfaction future des abonnés. Dominique Cardon (2019) situe schématiquement ce type de programme et leur fonction en dessous des données. Ils restent dissimulés pour mieux capter les traces de l'action des usagers et tenter d'influencer leurs futures actions. Pour chaque abonné, un profil est constitué à partir des données d'usage recueillies lors de leur utilisation du catalogue. L'objectif est ensuite de repérer un ensemble de corrélations au sein des profils ainsi créés, donc entre les portraits constitués par les données associées aux abonnés, ou entre ces profils et des attributs caractérisant les contenus. Selon les prémisses évoquées dans notre cadre théorique, une telle forme de médiation algorithmique repose sur l'assomption que les choix et préférences individuelles peuvent être agrégés et surtout, dans une utilisation transindividuelle, servir de guide pour conseiller un ensemble de titres à de nouvelles personnes. L'insuccès de ce recours à la machine pour présélectionner les titres renvoie en premier lieu à leur fonctionnement technique, comme nous allons le voir.

Dans leur article *Deconstructing recommender system* (2012), Joseph A. Konstan et John Riedl relèvent deux problèmes dans le fonctionnement des premiers algorithmes de recommandation. Tout d'abord, ceux-ci sont lents. Ils ne parviennent pas à s'adapter aux fluctuations dans le temps des goûts des utilisateurs et aux nouvelles notes que ces derniers donnent aux contenus. Ensuite, ils sont efficaces pour repérer les grandes corrélations au sein de l'échantillon, mais ratent les motifs moins évidents. La solution réside dans un traitement en deux temps. Une première phase d'apprentissage permet à la machine de réduire la matrice des notations. Par des méthodes complexes et intensives en puissance de calcul, les données vont être réduites en de grandes composantes qui permettent d'exprimer les corrélations entre

elles. Par exemple, la machine pourrait mettre en évidence que les amateurs de films documentaires politiques ont une forte probabilité d'être aussi friands de *films noirs*. Dans une seconde phase, les préférences calculées au sein du profil d'un utilisateur pourront être comparées à ces grandes dimensions. En schématisant quelque peu, si l'utilisateur a donné de bonnes notes à plusieurs films inspirés de l'actualité politique, le système ayant préalablement calculé une forte probabilité de corrélation, lui proposera des films criminels des années 1930. Cela requiert de classer chaque film selon une série d'attributs afin d'être renvoyé par le calculateur.

Le fait de classer chacun des titres selon plusieurs composantes se révèle en revanche laborieux et vraisemblablement coûteux. D'ailleurs, renseigner des catégories pour chaque œuvre mène vite à des jugements subjectifs difficiles à systématiser. Les chercheurs sont parvenus à éviter ces contraintes en évitant toutes formes de classification préalable, selon une technique que l'on appelle le filtrage collaboratif²⁷⁸. Les algorithmes recourent uniquement aux notes des utilisateurs. Ce qui leur permet de proposer un produit à un internaute, c'est le fait que cet internaute possède un profil similaire à ceux d'un groupe ayant bien noté des produits qui, pour leur part, ressemblent (de l'avis des utilisateurs) au film suggéré. Ce rapprochement est permis par l'analyse statistique de la matrice des notations et sa transformation en grandes composantes, nous l'avons vu. La multiplicité des facteurs entrant dans la matrice de base, ses multiples dimensions rendent cependant le processus très complexe et intensif en ressource de calcul. Cela explique vraisemblablement pourquoi l'utilisation de ces systèmes très en vogue au sein des GAFAM, l'est beaucoup moins du côté de nos catalogues aux moyens modestes.

²⁷⁸ Pour savoir plus sur cette technique, on consultera le chapitre « La révolution dans les calculs » du livre de Dominique Cardon (2015).

En outre, le traitement des données produit des corrélations abstraites, que l'on ne peut plus rapprocher de tel ou tel genre ou d'un type de préférence en particulier. Les associations créées par la machine échappent au domaine du sémantique. Elles ne sont pas descriptives ou intuitives, à la différence du goût commun à nos abonnés²⁷⁹.

Il est intéressant de tracer un parallèle entre cette manière de signaler les contenus et la distinction qu'opère Maurizio Lazzarato (2006), en se référant à Félix Guattari, et que nous avons déjà évoquée dans notre carte théorique. Pour rappel, Lazzarato distingue deux logiques distinctes au sein du capitalisme. La première serait celle de la production d'un ordre sémantique (notamment par la langue), dont découlent des processus de subjectivation. La seconde, sur un niveau en quelque sorte infrassignifiant, renverrait au

[...] registre machinique organisé par des sémiotiques a-signifiantes (telle la monnaie, les machines analogiques ou numériques de production d'images, de sons et d'informations, les équations, les fonctions, les diagrammes de la science, la musique etc.) qui « peuvent mettre en jeu des signes ayant par ailleurs un effet symbolique ou signifiant, mais dont le fonctionnement propre n'est pas symbolisme ou signifiant » (2006, n.p).

Derrière le recours aux algorithmes pour mettre en visibilité certains titres plutôt que d'autres se glisse effectivement un mode d'appariement propre à une *machine sémiotique* que Lazzarato associe au capitalisme et que nous pouvons ici lier aux logiques et protocoles généralisés par la domination des GAFAM sur le milieu du web. L'influence de ce dernier s'exerce alors tant sur le plan des préférences, des émotions et du plaisir ressenti lors du visionnement que sur le plan collectif dans la manière de partager les goûts et les découvertes individuelles. D'une part, la

²⁷⁹ On rejoint ici les enjeux liés aux applications concrètes du *machine learning*, ou *apprentissage automatique* en français, l'une des composantes de ce que l'on nomme couramment l'intelligence artificielle. Pour plus de détails et une vulgarisation de ces techniques, on consultera l'article publié par Zoubin Ghahramani dans *Nature* (2015).

prescription machinique fait l’impose sur le contexte social et culturel des requêtes et des décisions des individus. Les systèmes renvoient ainsi des signaux issus de processus tronqués qui tendent à imposer une vision réductrice des aspirations et des désirs exprimés en ligne. D’autre part, elle opère, nous l’avons dit, sur un plan situé en deçà du sens et contribue par son action d’homogénéisation de ce dernier à l’*automatisation de la machine d’expression* (Genosko 2008).

Après une première phase marquée par un certain engouement pour la recommandation sur mesure produite automatiquement par les algorithmes, plusieurs services, conscients du mécontentement des internautes face à la relative inefficacité de ces systèmes, prennent la direction inverse. Il s’agit d’une des réponses les plus visibles au traitement machinique des films et à ses travers. Elle se trouve mise de l’avant par les discours marketing des catalogues, que cela soit sur leurs sites web ou dans les médias. Les équipes de Sundance Now écrivent ainsi :

We don't run on formulas or algorithms - our films are specially handpicked by cultural icons and filmmakers to ensure that only the best films are featured. Our expert team works to uncover hard-to-find gems that can't be found anywhere else and make it simple to choose what to watch through thoughtfully curated monthly programs²⁸⁰.

En 2016, le catalogue Sundance Now consacre une section entière de son site web à la présentation de sélections thématiques intitulées « curated collection » et dont une bonne part est associée directement aux favoris listés par des personnalités connues du milieu du cinéma. Les discours promotionnels le précisent bien ; il y a « une voix humaine derrière chaque recommandation »²⁸¹. Une pareille insistance sur la curation humaine à l’œuvre derrière le choix de programmation marque la présentation par la presse du catalogue Filmstruck lors de son lancement :

²⁸⁰ Section *About Us* du site *sundancenow.com*, consulté le 23 septembre 2016.

²⁸¹ Section *Curated Collections* du site *sundancenow.com*, consulté le 23 septembre 2016.

There's a long list of searchable titles, but FilmStruck and the Criterion Channel are first and foremost curated experiences. Films are organized into series, retrospectives and essentials (Coyle 2016).

La tendance s'observe également sur les pages d'accueil des sites Internet. En 2015, celle de Fandor offre une large place aux contenus « recommandés juste pour vous » et conseille aux abonnés de marquer leur préférence pour les films, afin d'améliorer le système. Une année plus tard, un nouveau design diminue l'emprise des contenus recommandés en les renvoyant au-delà (au-dessous dans le défilement de la page) des suggestions éditoriales²⁸².

Si les algorithmes de recommandation quittent le devant de la scène, leur insuccès ne met pas fin au travail des algorithmes sur les catalogues. On les retrouve dans un autre type de traitement de données que l'on nomme filtrage de contenu. Il s'agit cette fois de faire des liens entre les films eux-mêmes sans avoir recours aux données d'usage des abonnés. La plupart du temps, ce deuxième type d'algorithme s'appuie sur les métadonnées associées aux copies numériques pour les regrouper et ainsi proposer des voies de consultation dite transversale des catalogues. BFI Player, LaCinetek, Mubi, Fandor et Sundance Now proposent ainsi, en général à la fin des pages consacrées aux films, une série de titres reliés. Seuls LaCinetek et BFI Player donnent quelques indications sur le principe d'appariement qui lie ces vidéos associées aux titres dont on consulte la page. Par exemple, dans la page consacrée à *Taxi Tehran* (Jafar Panahi, 2015) dans ce dernier catalogue, un onglet *Related* donne accès à un tableau constitué de trois lignes de vignettes, chacune précédée d'un titre, en l'occurrence pour le film du réalisateur iranien : *Documentary*, *Award Winning* and *New*. Il s'agit de catégories larges et les sélections de films cités sous chacune d'entre elles ne sont pas justifiées davantage. Le principe de leur appariement reste

²⁸² Après des sections intitulées, par exemple : Must-See American Indies, News, New Releases ou encore Spotlight : Cats and Dogs.

donc caché. Toujours à propos de *Taxi Tehran*, la sélection proposée dans la catégorie documentaire recèle pourtant de croisements potentiels entre *Varda par Agnès* (2009), *Mifune : The Last Samurai* (Steven Okazaki, 2016) et quatre des cinq parties du documentaire anthologique de Mark Cousins *Woman Make Film : A New Road Movie Through Cinema* (2019). Au-delà de ces assemblages offerts sans clés de lecture, les deux catégories suivantes renvoient à deux ensembles opposés, l'une réfère à tous les films ayant obtenu une reconnaissance quelconque (*Award Winning*), l'autre présente les nouveautés (*New*) du catalogue. Le second ensemble est donc circonscrit au seul fonctionnement de celui-ci (Delaporte 2019). Du côté de LaCinetek, le principe est à peu de choses près le même. Plusieurs catégories de métadonnées sont convoquées et les films se trouvent reliés soit par les acteurs et actrices s'y produisant, soit par un même réalisateur ou par l'année de leur sortie. Dans l'esprit du catalogue, sont aussi listés tous les cinéastes ayant recommandé le film, ce qui permet d'aller explorer en cliquant sur un hyperlien les listes fournies par ceux-ci.

Considérons les sélections ainsi créées, en particulier celles qui semblent les plus fortuites ; films mis en relation par le fait d'avoir reçu une récompense, par l'entrée récente dans la programmation d'un catalogue ou bien encore par une même année de production. Dans l'esprit de cette dernière, la question suivante se pose. Qu'est-ce qui relie, par exemple, *Near Death* (Frederick Wiseman, 1989) à *The Killer* (John Woo, 1989)²⁸³, à part leurs sorties dans un même laps de temps ? La réponse est sans doute à trouver ailleurs, dans le plaisir de faire l'expérience d'une reconnaissance cinéphile²⁸⁴. Avant même de tenter de tisser des liens entre ces titres, l'abonnée peut

²⁸³ Tous deux présentés dans les titres reliés par leur sortie la même année que le film *Sweetie* (Jane Champion, 1989) à l'adresse : lacinetek.com/fr/film/sweetie-jane-campion-vod. Il faut d'ailleurs noter que le film de John Woo n'est pas encore disponible au visionnement sur LaCinetek.

²⁸⁴ Un plaisir qui pourrait s'inscrire dans la tradition des courts textes ludiques insérés dans les programmes de festivals afin de tisser des correspondances un peu farfelues entre les films.

déjà les reconnaître parmi la masse des vignettes et des informations présentées. Repérer ainsi un titre, se souvenir du plaisir qu'a procuré son visionnement ou se rappeler de le mettre sur sa liste d'œuvres à *voir* représente sans doute l'une des finalités de cette mise en visibilité sans principes apparents des titres.

À ce stade, on peut donc avancer deux éléments liés. Premièrement, l'affichage de vidéos associées constitue une proposition de navigation dans le catalogue qui opère par fragmentation de celui-ci. À chaque page de film, une nouvelle tranche de l'ensemble est présentée selon des listes de catégorisations qui, on l'a vu, reposent sur un principe de mise en visibilité proche de l'arbitraire. Sa répétition de page en page est plus cinéphile, voire ludique, que basée sur l'ouverture de parcours thématiques ou philologiques de découvertes des films. Deuxièmement, ces rapprochements et, d'ailleurs plus largement, la gestion de la mise en visibilité des titres par ce biais sont confiés à la machine. Malgré leurs résultats imparfaits, les algorithmes influencent le visionnement en ligne par l'intermédiaire de processus aux fonctionnements cachés et qui reposent sur des assomptions idéologiques à propos de la nature des choix individuels. On a bien deux régimes régulant l'accès aux films des catalogues en ligne : la mise en forme des contenus (principalement par des listes et des mosaïques de vignettes) et les processus prescriptifs basés sur le travail des algorithmes. Nous l'avons vu, ces deux régimes correspondent à des logiques différentes : le premier construit une signification, *a minima* par catégorisation et classement, interrogeable et descriptible, la seconde échappe au régime sémiotique. Il appartient au monde de la machine et comme nous l'avons souligné notamment à partir des travaux de Bernard Stiegler correspond bien à une mise en forme de l'accès au film par l'intermédiaire de logiques machiniques (réduction à une série d'attributs, ordonnancement, établissement de corrélations a-signifiantes). Il faut souligner l'emprise de ces processus sur la mise en visibilité des contenus. Si les services de vidéo par abonnement semblent aujourd'hui vouloir s'en distancier, préférant mettre de l'avant

des sélections cinéphiles et des programmations réalisées par des humains, l'ampleur des catalogues proposés les rend en quelque sorte indispensables.

Il semble d'ailleurs en aller de même pour les algorithmes qui regroupent les contenus – par filtrage collaboratif ou de contenu – qu'en ce qui concerne les systèmes techniques qui assurent le fonctionnement de l'ensemble, principalement l'acheminement et la lecture des vidéos. Dans les deux cas, le travail des algorithmes doit rester caché. En conséquence, sur les catalogues de vidéo par abonnement, le flux d'images est donné en continuité. On peut considérer le regroupement sur une même page d'éléments disparates (listés ou en mosaïque), la proposition de contenus apparentés à la fin des vidéos, ou encore les agrégats de films sur mesure proposés à l'utilisateur. Dans chacun de ces exemples, le partage de l'esprit de la combinatoire – un trait spécifique à plusieurs films ou un aspect du contexte qui servirait de trame commune rassembleuse – reste indicible, voire inexistant. On l'a vu, particulièrement là où les algorithmes exercent leur action, les catalogues s'abstiennent de fournir des explications sur celle-ci. Les films sont alors offerts sans possibilité de découvrir le principe de leur assemblage.

4.3.2 Les technologies employées et les intermédiaires de la diffusion web du cinéma

Avant d'aller plus loin, il nous faut faire un petit point sur la matérialité de la vidéo par abonnement. On se souvient qu'il s'agit d'un facteur décisif dans l'histoire de cette manière de diffuser le cinéma en ligne, alors que durant de nombreuses années, les infrastructures de l'Internet ne permettaient tout simplement pas des débits suffisants au bon fonctionnement de la diffusion vidéo en continu. Nous allons aborder les infrastructures derrière les opérations des catalogues cinéphiles par le biais de leur présence dans le code source des pages web des catalogues et selon leur contribution au mode de circulation des contenus, de la gestion de ceux-ci, de leur traitement et

finalement de leur affichage. Pour commencer, soulignons encore une fois la place occupée par les catalogues dans le paysage médiatique contemporain. Tous nos catalogues se situent dans les marges de la diffusion web du cinéma. Afin de faire en sorte que les vidéos qu'ils proposent se rendent à bon port, et ce de manière constante et fiable, les catalogues de notre corpus confient des mandats à des acteurs dominants du secteur. Même auprès de ces derniers, l'histoire de la diffusion web semble avoir laissé des traces. Ainsi, l'entreprise Vimeo qui fournit la plateforme technique derrière la Criterion Channel écrit dans ses conditions d'utilisation : « The quality of your viewing experience depends on a number of factors, including your viewing device and the quality of your Internet connection »²⁸⁵. L'internaute reçoit de fait une double responsabilité, celle de s'équiper adéquatement et celle de se doter d'un raccordement à l'Internet adéquat. L'entreprise Vimeo cherche ainsi à se dédouaner en cas d'insatisfaction des clients finaux, des abonnés avec lesquels elle ne fait affaire qu'indirectement par l'intermédiaire de la Criterion. La note légale met aussi en lumière les disparités – l'accès à l'Internet haut débit reste très inégal – et les problèmes techniques qui marquent encore la diffusion de la vidéo par les réseaux numériques.

En pointant vers les appareils et la connexion des abonnés, les conditions d'utilisation de Vimeo évoquent également une partie des intermédiaires qui concourent à la réussite du visionnement. Nous avons déjà énuméré les différents appareils et les systèmes applicatifs situés dans les foyers des internautes et qui leur permettent d'accéder aux flux de données. Du côté de la diffusion des contenus audiovisuels, de nombreux *intermédiaires transparents* (Lobato 2019 citant Braun 2015) fournissent divers services aux catalogues. Ils sont pour leur part bien loin des regards des internautes. Dans les entêtes et les scripts des pages web, on trouve la trace de

²⁸⁵ Conditions d'utilisation de la plateforme Vimeo OTT sur laquelle est hébergée la Criterion Channel, à l'adresse : criterionchannel.com/tos. Consulté le 24 octobre 2019.

sociétés actives notamment dans l'optimisation des sites et du référencement, la gestion des ventes et des clients, la publicité²⁸⁶. Des réseaux socionumériques apparaissent aussi dans le code par l'intermédiaire de leurs fonctions de partage et, bien sûr, des fournisseurs de solutions infonuagiques. Parmi ceux-ci, on trouve un type de serveur particulier appelé Content Delivery Network (CDN). Ramon Lobato résume en quelques mots leur fonctionnement :

This is the job of the CDN, a network of distributed servers that reduce latency in video transmission by caching popular video content in local servers closer to the end user, thus reducing load times and buffering. Many major web services use a commercial CDN, such as Akamai or Amazon CloudFront, which have global networks of servers designed for this purpose (Lobato 2019, 95-96).

Lorsqu'il s'agit d'assurer la diffusion des images et des vidéos qu'ils présentent, les catalogues cinéphiles s'appuient très largement sur les acteurs dominants du secteur. Amazon et son service infonuagique Cloudfront sont ainsi utilisés par la grande majorité de nos catalogues. Cette présence reflète la place incontournable de l'entreprise de Jeff Bezos sur ce marché (Streitfeld 2020). Elle résulte des investissements considérables nécessaires au développement des infrastructures d'hébergement et de diffusion des données. The Criterion Channel (Vimeo CDN) Filmstruck (cdn.krx.com), Sundance Now (Zencdn.net), Warner Archive (Taboola) font affaire avec d'autres entreprises, soit exclusivement soit de manières complémentaires. Les images de couverture et les pages des sites peuvent alors être chargées depuis un serveur situé dans une ville et les copies numériques des films depuis une autre localisée plus proche de l'abonnée, par exemple depuis un serveur

²⁸⁶ Ces sociétés font partie des nombreux intermédiaires nés au cours de la transition du cinéma vers le numérique. En ce qui concerne la diffusion, il faudrait encore ajouter à cette liste les sociétés spécialisées dans la création des copies numériques, la mise en marché des films, les fournisseurs de moyens de paiement et ceux assurant la remontée des données générées par la circulation et la consultation des films.

installé chez son fournisseur d'accès Internet pour réduire le temps de chargement des données (selon le principe du CDN). Sundance Now bénéficie également des outils fournis par la plateforme cloudinary.com, un autre service d'hébergement infonuagique, auquel Sundance Now semble accéder par l'intermédiaire de sa maison mère AMC Networks. Celle-ci aurait ainsi fédéré les catalogues de ses différentes filiales de vidéo par abonnement dans un seul même système de gestion et de diffusion des contenus. Seul BFI Player semble se contenter de ressources déployées à l'interne. Cela s'explique peut-être par la portée limitée du service qui n'est disponible qu'au Royaume-Uni. L'acheminement des copies numériques aux abonnés peut faire l'impasse sur la nécessité d'avoir des serveurs relais répartis dans plusieurs pays.

On l'aura compris, la diffusion des images et des vidéos jusqu'aux appareils des internautes est résolument placée sous le signe de la démultiplication. Pour comprendre les conséquences de cette circulation à la fois éclatée et passant par de nombreux intermédiaires, reprenons l'exemple du photogramme dont nous retracions l'utilisation au fil des pages des catalogues. Celui-ci fait peut-être parti d'un ensemble de contenus paratextuels associés à la copie numérique que le catalogue reçoit de la part du producteur ou alors du distributeur ou encore d'un tiers, chargé de la mise en marché des films sur le web. Il se peut également que le photogramme soit le produit d'une extraction, d'un arrêt sur image pratiqué par les équipes de programmations. Une fois chargée dans la base de données du catalogue, l'image va subir plusieurs traitements en vue de sa diffusion en ligne. Elle est redimensionnée et compressée selon différents formats pour assurer sa compatibilité avec les multiples instances d'affichage dans le site (sous forme de vignette dans une liste ou comme image de couverture par exemple) et pour optimiser le temps de son chargement sur les appareils des abonnés. Elle est ensuite répliquée au sein du réseau de serveurs qui vont assurer sa transmission sur le ou les territoires couverts par le catalogue. Il en va

de même pour les contenus vidéo, eux aussi sont démultipliés en plusieurs fichiers, chacun selon des *formules* de compression et des formats différents. L'utilisation de plusieurs taux de compression permet d'accommoder les vitesses et les stabilités différentes des connexions des utilisateurs et, toujours par démultiplication, d'envoyer le flux vidéo à destination d'une série d'écrans de tailles et de résolutions diverses. La plupart de nos services offrent en effet de visionner leur catalogue à partir des environnements logiciels conçus pour les téléphones, les tablettes, les téléviseurs connectés et les autres appareils de lecture vidéo (Apple TV, Chromecast, Roku).

Migrés sur format numérique, les images et les sons des films voyagent d'un point à l'autre du réseau, ils sont modifiés pour s'adapter à leur contexte de diffusion. Parfois, ils le sont même à la volée comme dans le cas de Criterion Channel qui confie ses images au service Imgix. L'outil permet, selon un script préétabli, de les transformer en temps réel au moment du chargement de la page, par exemple pour assurer que leurs dimensions soient appropriées par rapport à la grandeur de la fenêtre (la fonction *responsive* des navigateurs contemporains) (P. 2016). On peut relever trois conséquences de la démultiplication des images et des sons au sein de ce processus. La première, très pragmatique, concerne encore une fois l'incapacité des catalogues à assurer eux-mêmes la réussite de cette circulation. Ils délèguent la gestion de celle-ci à des compagnies tierces et notamment le développement et le suivi des multiples applications logicielles (liées à chaque appareil de destination). Youi.tv, à l'origine de l'interface multiplateforme de Filmstruck, fournit une bonne illustration. L'entreprise propose des solutions tout-en-un à de grands groupes médiatiques. Elle est derrière les interfaces de Crackle (Sony) et Shomi (Rogers) et travaille pour le compte de Twitch, la filiale d'Amazon consacrée à la diffusion en direct de sessions de jeu vidéo ainsi que le groupe Fox. Leur engagement avec Filmstruck fait partie d'une stratégie beaucoup plus large, le conglomérat Time Warner ayant investi plus de 10 millions

de dollars dans la société²⁸⁷. Lorsque les catalogues ne peuvent se doter d'une équipe de développement conséquente à l'interne, le plus souvent faute de moyens, ils doivent composer avec des solutions toutes faites : Criterion Channel utilise la plateforme Vimeo et Filmatique un service nommé Uscreen.io. Ils peuvent aussi faire affaire avec des fournisseurs de formules préconçues, à adapter ensuite selon leurs besoins spécifiques. Tënk et LaCinetek travaillent ainsi avec le système de gestion de contenu de Kinow. Le paquet de service offert par cette société comprend le site Internet, l'hébergement, la gestion des paiements et l'intégration du design. La collaboration entre ces acteurs aux finalités et aux méthodes différentes peut parfois se heurter à des enjeux en termes de compréhension des aspects techniques et sur les stratégies et les finalités à adopter pour mettre en valeur l'offre de titre²⁸⁸. Les catalogues luttent en quelque sorte contre les limitations et les rigidités des systèmes techniques qu'on leur propose.

Il est possible d'aller un peu plus loin en s'intéressant aux discours entourant le fait de garantir le visionnement des versions numériques des films sur de multiples supports, ceci au risque de réduire la diffusion du cinéma à son plus simple dénominateur, la transmission de signaux et son optimisation. La construction du catalogue, ses sections, la manière dont il propose des contenus paratextuels autour des titres proposés doivent alors adopter une forme compatible avec les différents modes de diffusion du numérique. Ceux-ci sont complexes et toujours en reconstructions (les appareils se modernisent, les applications évoluent et sont régulièrement mises à jour). Si l'on s'intéresse à titre d'exemple aux applications développées pour les tablettes et les téléphones, celles-ci offrent essentiellement le même contenu réorganisé pour correspondre aux affordances (gestes tactiles, format

²⁸⁷ You.i TV. « Time Warner Investments Leads \$12M Funding Round in You.i TV », 13 septembre 2016. <https://www.youi.tv/time-warner-funding/>.

²⁸⁸ Samuel Gantier (2021) évoque ces divergences dans le cas de Tënk et leur présentation dans l'épisode 4 de la série *Le Village* de Claire Simon (2019).

d'écran et interface limitée) des appareils. D'après ce que nous avons pu constater, les applications ne présentent pas de contenu supplémentaire et sont plutôt optimisées pour un accès rapide au visionnement des films. Richard Steiner, alors vice-président Digital Activation chez Turner Classic Movie et en charge du développement de Filmstruck, explique que, dans le cas des applications, l'optimisation technique fournie par Youi.tv vise à « amener les gens plus rapidement à l'expérience de visionnement »²⁸⁹. Il se réjouit d'ailleurs de pouvoir gérer toutes les versions du catalogue d'un coup et ainsi de pouvoir atteindre tous les segments de clientèle rapidement. Ceux-ci peuvent être répartis sur différentes interfaces, ils peuvent également l'être par pays. Filmstruck produit en 2018 une variante de son service pour la France. La proposition reçoit un accueil mitigé, notamment à cause des défauts de son interface, dont certains liés à la nouvelle localisation du catalogue. Les journalistes de Numerama jugent les sous-titres difficiles à paramétrer et n'approuvent pas la façon de les afficher (Turcan 2018).

Les difficultés exprimées par les équipes de Tënk peuvent être conçues comme une forme de résistance face à une telle volonté d'optimisation de la circulation des données. Il faut se rappeler les enseignements de l'École de la traduction et voir les différents acteurs en présence, leurs actions plus ou moins couronnées de succès, au sein de la médiation technique, c'est-à-dire au sein d'un mouvement large d'adaptation des abonnés et de l'objet de leur visionnement, c'est-à-dire les films, à la nouvelle donne du cinéma en ligne. Nous l'évoquons dans le premier axe de notre développement, la matière visuelle des films se trouve transportée, par l'intermédiaire des catalogues, dans un système de mobilisation des images. Tenir compte de la propension de celui-ci à la démultiplication des images et des films pour en optimiser

²⁸⁹ Trisha Cooke. « FilmStruck on Roku is Just Another Example of Turner Reimagining TV ». youi.tv, 12 juillet 2017. <https://www.youi.tv/filmstruck-richard-steiner-turner/>.

la circulation sous forme de données fait craindre une possible désarticulation du régime visuel propre au cinéma.

De fait, dans leurs expérimentations, les catalogues vont tenter de remédier à une modification majeure des conditions sous-jacentes de la présentation des films. La production cinéma a toujours été pensée, en premier lieu par les créateurs, sous la forme d'une série de paramètres relativement fixes : faire un film pour le projeter en salle, par exemple. Sur le web, ce lien est rompu et les copies numériques ne contiennent plus d'indications à propos de la forme de leur présentation. La généralisation du recours à la gestion dynamique des informations induit une séparation radicale entre les contenus et la forme de leur présentation. Alan Liu (2004) constatait, il y a de cela quelques années, l'effet du passage au métastandard XML. Appelé à remplacer la programmation statique des pages web en HTML, ce langage permet de joindre aux données des précisions sur la nature de leur contenu, ce que l'on appelle communément les métadonnées. Liu prend l'exemple de la mise en page d'un poème sur une page web. Dans le paradigme statique, les vers côtoient des balises indiquant à l'ordinateur comment le poème doit être affiché (couleur du fond, police, interligne, etc.). Aujourd'hui, le texte est accompagné de mentions le décrivant (genre de texte, auteur, date, etc.), la forme de sa présentation ainsi laissée au programme destiné à son interprétation. Jouant de cette possibilité, la *platformisation* (Gillespie 2010) du web et les exigences imposées par le traitement machinique des textes, sons et images en circulation amplifient le morcellement et la compartimentation de l'information de sorte à la rendre échangeable et réutilisable sur des sites et dans des contextes d'affichage différents (Helmond 2015).

Le web est en quelque sorte passé d'un « web de stock », où documents et données étaient stockés sur un serveur et « figés » par une URL, à un « web de flux » où l'information circule, est détachée de son support et de sa forme initiale (Ertzscheid, Gallezot, et Simonnot 2016, 130).

Les copies numériques des films peuvent ainsi être convoquées et consultées, par l'intermédiaire de ces systèmes, sur des écrans de tailles différentes par l'intermédiaire de terminaux et d'interfaces diverses.

Il faut interroger les conséquences de cette modification majeure des conditions de la présentation des films. Tel qu'évoqué à l'instant, chaque cinéaste s'imagine le support sur lequel va passer son film, sur grand écran par exemple²⁹⁰. De cette affirmation découle toute une série d'éléments contingents qui forment, nous l'avons vu, l'*expérience cinéma*. Des théoriciens comme Jacques Aumont (2012), Raymond Bellour (2012) ou encore Dudley Andrew (2010), attachés à (re)définir les spécificités du cinéma, ont analysé ces constituants et les ont convoqués pour réaffirmer l'unicité de l'expérience du film en salle. Parmi les constituants convoqués par les défenseurs de l'expérience en salle, certains étaient intimement liés à la forme de présentation des œuvres. Pour rappel, Aumont soulignait l'importance du *regard tenu dans le temps* de la projection cinématographique. Bellour décrivait, quant à lui, la spécificité de la projection collective du film en salle. Ces deux fondamentaux de la projection cinéma se trouvent, on l'aura compris, remis en cause par la polymorphie des formes de visionnement en ligne. Avec Philippe Dubois (2009) et les tenants d'un cinéma élargi, on conçoit bien que le cinéma puisse être migratoire passant de la salle obscure à celle du musée ou de la galerie, mais il est plus difficile de l'imaginer sans contexte de visionnement fixe, dans une forme adaptable sans limites à une multiplicité d'appareils et d'écrans, pour lesquels la gestion des paramètres d'affichage (aspect, grandeur, résolution et contexte paratextuel) est confiée à la machine. Dans l'esprit du *paracinema* qui cherchait à en explorer les grandes

²⁹⁰ La salle commerciale ne saurait constituer l'unique lieu du cinéma, que ce soit aujourd'hui ou dans son histoire. Par contre, le cinéma est associé à une certaine manière de projeter les films et corrélativement de les regarder. C'est ce lien entre production et forme de visionnement que met à risque la désarticulation du régime cinéma en ligne.

composantes²⁹¹, n'est-ce pas lui enlever toute substance que de transformer les copies numériques en des vecteurs d'image et de sons qui ne contiendraient comme unique indication sur sa nature que des balises informant précisément qu'il s'agit d'images et de sons ?

4.3.3 Sous la marqueterie formée par les modules logiciels, un magma de pixels

La deuxième conséquence de la dissémination des contenus par fragmentation renvoie au moment où l'on voit poindre, par-delà les différents modules logiciels convoqués sur les pages des catalogues, le flux de pixels qui sous-tend la circulation des vidéos. Afin de le décrire brièvement et d'observer sa trace dans l'utilisation de nos catalogues, il faut changer le niveau de notre exploration pour se placer à la hauteur, si l'on veut, de la circulation des fragments audiovisuels en ligne. Une installation muséale de Nicolas Maigret nous incite justement à une telle exploration. Depuis 2012, Nicolas Maigret, artiste, commissaire et enseignant à l'École Parsons à Paris, développe *The Pirate Cinema*, un projet artistique multiplateforme qui présente des fragments de films issus des réseaux de partage entre pairs (P2P). Un mécanisme d'interception capture au hasard une sélection de paquets de données parmi le flux de fichiers audiovisuels échangés (principalement des films et des séries télévisuelles *mainstream*). Les clips ainsi extraits sont ensuite projetés lors d'installations (comportant de trois à cinq projections simultanées), mais aussi sous forme de performances et en diffusion en continu sur Internet. Dans l'installation, les extraits vidéo défient la mémoire du spectateur cinéphile (ou téléphage), avant de se fondre à

²⁹¹ Jonathan Walley (2003) emprunte le terme *paracinema* à Ken Jacobs. Contrairement à l'usage proposé par Jeffrey Sconce, il se réfère à son contexte d'utilisation initiale, le cinéma d'avant-garde des années 1970, pour désigner les installations et les expérimentations visant les propriétés physiques du cinéma, autour notamment de la matérialité de la projection. Il décrit ainsi le cône de lumière formé par une installation d'Anthony McCall, mais surtout se réfère à Sheldon Renan pour revenir à ce qui constitue finalement les fondements de la projection : de la *lumière* et du *temps*, ou plus précisément une modulation de la lumière dans le temps. Au sujet du *paracinema*, on consultera également la contribution de Philippe-Alain Michaud (2006) dans le catalogue de l'exposition *Le mouvement des images* au Centre Pompidou, dont il a été le commissaire.

nouveau dans un flou de pixels désordonnés. Cette alternance découle du protocole d'échange utilisé. Maigret explique :

Le protocole d'échange de pair-à-pair (peer-to-peer) est basé sur la fragmentation des fichiers en de petits échantillons, des morceaux ou des unités d'échange. Cette fragmentation facilite la transmission des données entre différents récepteurs. Les fichiers peuvent ensuite être reconstruits échantillon par échantillon, à partir de ces fragments chaotiques [...] ²⁹².

Le spectateur de l'installation est placé devant une alternance d'images reconnaissables et d'autres, extérieures au régime sémantique. Un scintillement de pixels sépare chaque présentation d'extrait. Lors d'une entrevue pour la section « Next Cinéma » du journal *Libération*, l'artiste souligne le rôle de révélateur de son installation : « [l]e dispositif ne produit rien, il se contente de réunir les conditions d'apparition d'une forme qui est déjà là, mais difficile à percevoir. De montrer la nature du film numérique, qui est un flux disséminé à l'échelle mondiale » (Lechner 2013). En effet, la circulation des données vidéo dans le cas de l'échange de pair-à-pair diffère peu de celle en jeu dans l'acheminement des films aux abonnés des catalogues, dans les deux cas les systèmes techniques procèdent par troncage des vidéos en de petits paquets de données. Ce qui les sépare en particulier concerne la forme de circulation des données, dans l'une, elle s'effectue entre les destinataires qui participent à l'échange, et dans l'autre, depuis un ou plusieurs serveurs dans une seule direction vers une série d'internautes. Alors que l'installation de Maigret s'accommode de la décomposition de l'image dans une brève tempête de pixels, rencontrer de tels artefacts visuels dans la vidéo par abonnement relève du problème technique, du *glitch*, du surgissement gênant de la part machinique de l'ensemble. Si les interruptions intempestives du flux audiovisuel sont de mieux en mieux gérées par les logiciels de streaming – lorsque la mise en cache des images patine, les lecteurs

²⁹² Page de présentation du projet sur le site web de l'artiste (<http://peripheriques.free.fr>), notre traduction.

des vidéos arrêtent momentanément le film sans en décomposer l'image – il subsiste au cours de la lecture des vidéos des petits moments de flottement où l'on continue à voir paraître derrière les images la nature composite des versions numériques des films.

La qualité des images vidéo transmises par les services cinéphiles est bonne, c'est-à-dire qu'elle se compare sans pâlir avec celle de la télévision et des fichiers numériques achetés à la pièce sur les sites transactionnels, tel iTunes ou Google Play, par exemple. Les catalogues offrent depuis deux ou trois ans de plus en plus de contenu en haute définition. La généralisation de ces transferts de meilleure résolution (généralement du 720p ou du 1080p) amène d'ailleurs à s'interroger sur ceux qui ne bénéficient pas d'un tel traitement. Par exemple, trois des quatre films de Nanni Moretti offerts par LaCinetek le sont en basse résolution (480p), sans doute de par leur numérisation pour une diffusion sur vidéogramme. Les lecteurs vidéo, ces pièces de programme qui s'ouvrent au moment de visionner la copie numérique du film et permettent quelques interactions avec celle-ci (réglage du son, contrôle de la lecture, plein écran), offrent aussi la plupart du temps de choisir à quelle résolution et donc à quel débit l'on veut faire jouer le film²⁹³. En 2015, Mubi introduit une nouvelle version de son lecteur. Le programme gère alors à lui seul le débit de la vidéo selon la configuration des équipements de l'abonné et, on l'imagine, des informations en provenance du serveur de Mubi²⁹⁴. Cela se traduit par des changements constants dans le débit vidéo alors que le lecteur s'adapte au

²⁹³ A noter que les catalogues cinéphiles proposent un nombre minimal de fonctionnalités en comparaison des outils avancés des lecteurs de contenu vidéo proposés par les grandes plateformes comme YouTube (changement de langue des sous-titres) ou Amazon Prime qui affiche une série d'informations contextuelles en lien avec ce que l'on voit à l'image (X-Ray).

²⁹⁴ Cette technique dénommée *streaming adaptatif* existe depuis quelques années déjà. Mubi fait un pas de plus dans cette direction en retirant la possibilité de choisir manuellement le débit vidéo, pour une description du fonctionnement du streaming adaptatif, voir fr.qaz.wiki. « Streaming à débit adaptatif - Adaptive bitrate streaming - qaz.wiki ». Consulté le 11 décembre 2020. https://fr.qaz.wiki/wiki/Adaptive_bitrate_streaming.

chargement du film et à la disponibilité de la bande passante. Au lieu d'arrêter la lecture, le programme fait varier la qualité des images. Au visionnement, l'image se voile par à-coup, soit dans son entièreté soit dans certaines zones du cadre suivant le fichier choisi par le logiciel. Dans le cas des films qui reposent sur un important travail à la direction photo, dans *L'année dernière à Marienbad* (Alain Resnais, 1961) par exemple, où Sacha Vierny compose des plans à la mise au point millimétrique pour suivre les textures et les jeux de glace du luxueux hôtel, l'action du logiciel nous sort du film. La matérialité de la vidéo vient briser l'expérience de la projection dont traite Dudley Andrew (2010) et que Jacques Aumont (2012) identifie comme le fait de voir des images à la fois produit d'une manipulation et donnée à voir comme un tout projeté, à la fois surplombant et intouchable²⁹⁵. Pensons à une abonnée qui souhaiterait, à la manière prônée par Francesco Casetti lorsqu'il décrit une possible *relocalisation* du cinéma, réunir les conditions nécessaires au visionnement des films selon un rapport d'authenticité avec l'expérience de la salle obscure. L'instabilité du flux d'images proposé par Mubi révèle ce qui le sous-tend, une masse de fragments de données dont l'organisation en des images et des sons visionnables par l'humain relève de la prouesse technique. La fragilité de celle-ci se fait encore sentir sur les catalogues cinéphiles.

4.3.4 La nécessité de gérer les données d'usage et celles liées aux titres présentés

Finalement, la troisième conséquence de la dissémination des contenus renvoie à la nécessité pour les catalogues de gérer des données d'usage en provenance de plusieurs systèmes. La société Kinow, dans un document qui présente son offre d'*audit technique externe*, un service d'optimisation qu'elle propose aux catalogues

²⁹⁵ Le plus frustrant sans doute est de ne pas pouvoir remédier à ce problème en paramétrant soi-même la lecture.

de vidéo par abonnement, énumère quelques recommandations générales, tant sur le plan technique que stratégique.

« Croiser les statistiques vidéo avec le CRM et le catalogue permet d’obtenir un historique de visionnage par utilisateur et par contenu, de pouvoir transférer des informations aux ayants droit ou encore connaître les meilleurs titres et ceux qui n’ont pas de succès auprès des utilisateurs pour adapter son catalogue. »²⁹⁶

Là encore, les catalogues doivent développer des expertises à l’interne, embaucher de nouvelles personnes capables de gérer et d’interpréter ces données ou se doter de solutions toutes faites. À quoi servent concrètement ces informations sur le comportement des abonnés ? En 2019, le catalogue de Mubi est disponible dans plus de deux-cent-cinquante territoires. Anaïs Lebrun, directrice de la programmation internationale chez Mubi, explique comment les données de visionnement lui permettent de compenser la difficulté pour le catalogue de connaître chacune des audiences locales. Le service ne possède en effet pas une équipe de programmation dans chaque territoire qu’il dessert. Lebrun fait la comparaison avec le contact direct qu’entretient le programmeur d’un cinéma de quartier avec son public. En l’absence de cette proximité, elle décrit comment sa compréhension des goûts et des motivations des abonnés passe par l’étude du nombre de vues et des comportements sur le site web²⁹⁷.

Dans le cas des services cinéphiles dépendant de grands groupes médiatiques, suivre les flux de données nous amène à une tout autre constatation. En croisant les

²⁹⁶ Kinow.com. « Méthodologie d’audit technique pour son service de streaming », 29 janvier 2020. <https://fr.kinow.com/blog-actualite-vod/post/methodologie-daudit-technique-pour-son-service-de-streaming>.

²⁹⁷ Anaïs Lebrun répond aux questions de Catherine Mathys dans le cadre du podcast *Futur et médias* du Fonds des médias du Canada (2019).

informations présentes dans le code des pages et les explications légales fournies à propos de l'utilisation des données recueillies, on s'aperçoit que les sites web des catalogues s'inscrivent dans de vastes systèmes de collecte et d'agrégation de données. Sur le plan technique, nos catalogues utilisent les petites pièces de codes appelées *cookies* qui permettent d'identifier l'internaute pour assurer le fonctionnement du site (login, accès au contenu acheté, historique, etc.). Les conditions d'utilisation laissent ouverte la possibilité d'utiliser aussi ces logiciels témoins, ainsi que d'autres outils de suivi comme les pixels espions (*tracking pixel*) à des fins publicitaires, que ce soit par les services eux-mêmes, leurs affiliés ou des compagnies partenaires. Au-delà de ces données d'usage, les services ratissent large et expliquent collecter une variété impressionnante d'informations : des renseignements liés aux comptes des abonnés (adresse courriel, historique d'achat, données démographiques, etc.) à des informations personnelles fournies volontairement lors de concours ou de promotions (préférences, utilisation du service, attitude envers celui-ci). Dans ses informations légales à propos de la vie privée, Sundance Now liste aussi les données en provenance des appareils électroniques utilisés pour se connecter à son service. Le catalogue avertit qu'il se donne le droit de collecter par leur intermédiaire des statistiques techniques et des données d'usage. Dans le même texte, Sundance Now décrit également son utilisation des données. Il s'agit d'améliorer le service, de personnaliser les contenus (aussi ceux des partenaires), de partager les données avec des sociétés tierces actives dans la publicité ou encore dans les infrastructures de diffusion en continu. Cette dernière forme de partage de données à propos des abonnés et de leur comportement sur le site se fait après agrégation et de façon anonyme. Elle peut s'échanger contre des services de la part de ces tiers. BFI mentionne, dans les indications légales qui s'appliquent à son catalogue web comme à l'ensemble de ses services, que les informations collectées peuvent être utilisées à des fins de personnalisation des sollicitations de donations – l'institut est à but non lucratif – et dans le calcul de la mesure de la disposition d'un

individu à faire un don. L'institution reconnaît au passage que les données personnelles peuvent permettre de retracer les personnes, c'est-à-dire qu'elles sont désidentifiées, mais non pas complètement anonymisées.

En parallèle à cette gestion des données d'usage, les catalogues doivent aussi travailler à l'attribution des métadonnées pour chaque film. La gestion de ces dernières n'est pas toujours aisée. Afin d'illustrer les différents flux de données et leur gestion par les catalogues, attardons-nous un peu plus longuement sur une petite étude de cas. Il s'agit de la restauration effectuée en 2011 du *Voyage dans la Lune* (Georges Méliès, 1902) et sa présentation sur Fandor en 2016. L'étude des informations entourant la copie numérique offerte au visionnement, plus généralement, celle de la présentation visuelle de la page du film permet de relever l'isolation du mode de visionnement proposé. En présentant la restauration sans faire de liens vers ses différents paratextes, Fandor prolonge les discours qui tendent à la présenter comme la fin du parcours historique du film, l'ultime étape de la restitution de ses couleurs d'origine.

Sous la direction de Serge Bromberg (Lobsters Films) et Tom Burton (Technicolor) avec l'appui de deux fondations : *Fondation Technicolor pour le Patrimoine du Cinéma* et la *Fondation Groupama Gan pour le Cinéma*, une restauration d'une rare copie couleur du *Voyage* a ouvert la 64^e édition du Festival de Cannes. Elle est basée sur une pellicule en fort mauvais état retrouvée au sein d'un don anonyme déposé à la cinémathèque de Catalogne à Barcelone. Une seconde copie monochrome appartenant à Madeleine Malthête-Méliès a également été mise à contribution, afin de reconstituer certaines parties manquantes. La pellicule colorisée à la main rendue cassante par le passage du temps a fait l'objet d'un traitement chimique avant que chaque photogramme puisse être photographié un à un. D'importants moyens informatiques ont ensuite été impliqués pour harmoniser la série d'images produite,

réassembler les zones colorées survivantes, voire reproduire au mieux les coups de pinceau distinctifs du travail des ouvrières. Ce processus, mené avec grande expertise, s'est appuyé sur des algorithmes complexes, afin de notamment pallier les différences de position du cadre entre les deux copies utilisées²⁹⁸.

L'implication importante des outils du numérique et le fait de croiser des éléments en provenance de deux copies distinctes ont fait débat au sein de la communauté des archivistes et des historiens du film. Selon Roland Cosandey et Jacques Malthête (2012), les procédés numériques masquent les spécificités des copies utilisées :

La « restitution » efface la double origine du matériel, gomme la teinte primitivement jaune de la copie en couleurs – une caractéristique fort probablement associable au piratage d'origine –, supprime enfin les traces originelles de retouche liées principalement aux trucages, qui font partie intégrante du style de Méliès comme de ses contemporains (8).

Les possibilités offertes par le numérique semblent alors se retourner contre la préservation de l'objet film. En évoquant la capacité d'atteindre une « pureté technique », un état de l'image libéré de son carcan matériel (la pellicule et sa dégradation), Serge Bromberg (2012) propose d'effacer les défauts des films d'archives pour accéder à l'image première, celle captée par les opérateurs des premiers temps. Sans surprise, cette visée fait bondir les historiens qui voient sacrifier les principes philologiques de la restauration au profit d'une actualisation dont ils dénoncent les intentions commerciales.

On le voit, la capacité des images numérisées et retouchées de faire référence au film en tant qu'objet historique est mise en doute. Reste les paratextes, ceux-ci peuvent renseigner sur les choix pris lors de la restauration, à propos du contexte de

²⁹⁸ Pour une description détaillée des procédures, voir le chapitre « Story of a restoration » (Duval et Wemaere 2011, 183-85).

production, et, plus généralement, sur l'œuvre de Georges Méliès. Un documentaire²⁹⁹ (souvent présenté en introduction au film lors des projections) et un ouvrage édité par les deux fondations précitées (Duval et Wemaere 2011) présentent le déroulement du projet et renseignent sur la production du *Voyage*. Par contre, lors de sa sortie, les comptes rendus dans la presse et les textes accompagnant le film tendent à présenter la restauration comme un aboutissement ; l'achèvement des efforts déployés pour présenter à nouveau le film en couleur. Au contraire, François Albera (2003) rappelle qu'une restauration représente toujours une étape dans une série de modifications appliquées à un original, une étape qui possède sa propre historicité.

La transcription numérique, bien qu'elle puisse donner l'impression de mieux réparer ou de produire une qualité d'image meilleure, ne fait pas exception. L'envisager autrement, c'est courir le risque de voir les images restaurées prendre la place de ce qu'elles réactualisent. Agissant alors à la manière des *images fétiches* décrites par Georges Didi-Huberman (2003), elles viennent bloquer le regard de celui qui souhaiterait découvrir l'histoire du film et la filmographie de Méliès. Une fois encore, il faut souligner l'importance des paratextes et leur rôle dans les processus de *recontextualisation* (Treleani 2014) des images d'archives en ligne.

La présentation de cette restauration sur Fandor met en jeu cette problématique. En abordant la remédiation de cet objet complexe, on peut observer comment la forme de l'accès proposé, au-delà de la simple mise à disposition d'un contenu audiovisuel, peut mener à différents degrés de contextualisation de l'œuvre, ou au contraire, à un visionnement isolé.

²⁹⁹ *Le voyage extraordinaire* (Serge Bromberg et Eric Lange, 2011)

Sur la page consacrée au film, tout le contenu est en libre accès, seul le visionnement du film est réservé aux abonnés. La page est organisée verticalement et l'internaute doit le faire défiler de bas en haut pour accéder aux différentes sections. Après une image de la lune iconique de Méliès, le titre, quelques informations factuelles (format, date, longueur, réalisateur) et la note accordée au film par les abonnés, un court texte présente le film et décrit brièvement le processus de restauration. Le dernier paragraphe conclut : « Now, one of the most technically sophisticated and expensive restorations in film history, A Trip to the Moon can be seen in its original 1902 colors »³⁰⁰. Le ton de cette dernière phrase s'explique en partie par sa provenance. La description du film utilisée par Fandor reprend, avec quelques modifications, le texte produit par le distributeur (*Flicker Alley*) pour la version DVD du film restauré³⁰¹.

Plus bas, une nouvelle section s'ouvre avec une question posée aux utilisateurs : « What makes this film worth watching? ». Le commentaire le plus populaire est alors sélectionné parmi le reste des contributions listées en bas de la page. Cet avis sur le film est affiché en grand, centré et encadré par de larges guillemets. Sa place dans l'organisation visuelle des informations de la page n'est pas anodine. De fait, les courts textes postés par les internautes en réaction au film constituent une part importante du contenu inédit affiché sur la page³⁰². Le seul autre paragraphe affiché provient quant à lui, nous l'avons vu, d'une source externe. Plus bas, plusieurs onglets permettent de trouver des renseignements : crédits, genres associés au film, distinctions reçues lors de festivals, et, finalement, une série de vignettes qui donnent

³⁰⁰ fandor.com/films/a_trip_to_the_moon_color (consulté le 5 avril 2016).

³⁰¹ « A Trip to the Moon: In Its Original 1902 Colors/The Extraordinary Voyage, » consulté le 5 avril 2016, <http://www.flickeralley.com/classic-movies/#!/A-Trip-to-the-Moon-In-Its-Original-1902-Colors-The-Extraordinary-Voyage/p/41384371>

³⁰² En 2017, Fandor lance une nouvelle version de la maquette graphique des pages consacrées aux films. Le nouvel agencement supprime la section consacrée aux commentaires et bloque ainsi la consultation de ceux déjà archivés dans sa base de données. La suspension du service fait néanmoins en sorte que les deux versions restent accessibles dans un état de flottement. Fandor invite (indéfiniment) à jeter un œil sur la page redessinée.

accès à une sélection d'articles évoquant le *Voyage* et publiés dans la section *Keyframe*³⁰³ du site.

Au sein du panneau indiquant les crédits du film, les données présentent plusieurs incohérences. En premier lieu, le nom indiqué sous l'intitulé *Cinematography* semble amalgamer les deux noms des opérateurs actifs sur le tournage : Théophile Gauthier et Lucien Tainguy³⁰⁴. La catégorie *cinematography*, que l'on peut traduire par « direction photo » ou simplement « photographie » tient, par ailleurs, de l'anachronisme. Ce métier du 7^e art apparaît plus tardivement. Idem pour la catégorie *Story By* dans laquelle trois noms sont référencés : Georges Méliès, Jules Verne et H. G. Wells. Là encore, la dénomination utilisée renvoie aujourd'hui à des normes établies pour éviter la confusion et établir les droits d'auteur³⁰⁵. Cela ne fut pas toujours le cas. IMDb, par exemple, remarque que tous les films de sa base de données ne répondent pas aux critères établis par la guilde des scénaristes américains³⁰⁶. En particulier pour le début du vingtième siècle, lorsque les films ne sont pas protégés par le droit d'auteur, ce type de crédit ne peut s'appliquer. Il faut noter ici que d'autres catalogues de notre corpus butent sur le générique du *Voyage*, et des productions des premiers temps du cinéma en général. BFI Player et LaCinetek se contentent d'afficher le minimum d'information. Mubi crédite également les deux écrivains au *scénario*, une catégorie que le catalogue semble utiliser pour les associer aux différentes adaptations de leurs œuvres. Mais, les deux auteurs peuvent aussi apparaître sous les entrées plus indirectes *écrivain/e* ou *récit*.

³⁰³ « *Keyframe – Explore the world of film* », fandor.com/keyframe (consulté le 5 avril 2016).

³⁰⁴ Cf. Duval et Wemaere (2011, 121).

³⁰⁵ Cf. « Screen Credits Policy [Writers Guild of America], » http://www.wga.org/subpage_writersresources.aspx?id=171, consulté le 5 avril 2016.

³⁰⁶ « IMDb Data Partner: The Writers Guild of America, » <http://www.imdb.com/partners/wga>, consulté le 17 septembre 2015.

En regard du film lui-même, la mention des noms de Verne et Wells est intrigante. En termes d'inspiration Méliès évoque deux nouvelles du premier : *From the Earth to the Moon* (1865) and *Round the Moon* (1870). La possible influence du second est relevée par George Sadoul en 1985, comme le souligne Thierry Lefebvre (2011) dans son étude des relations intertextuelles entre le film et les autres formes de divertissement de l'époque. Aux trois œuvres littéraires mentionnées ci-dessus Lefebvre préfère pourtant une attraction à l'exposition Pan-American de Buffalo en 1901 et une *Opéra-féerie* du même nom par Jacques Offenbach (1875). En traçant des *similitudes iconographiques* entre le *Voyage* et ces attractions populaires, l'auteur développe une vision plus complète des liens complexes entretenus par Méliès et comment il intégrait des éléments de différentes *séries culturelles*³⁰⁷ dans son travail. Appréhender les multiples emprunts croisés typiques du cinéma des premiers temps, tout en visionnant le *Voyage*, peut aider à en saisir la richesse. Sur Fandor, le fait d'appliquer des catégories contemporaines au film restauré biaise le regard du spectateur, amoindrissant ses chances de découvrir ce tissu de relations.

L'aspect approximatif de ces données amène également une interrogation sur leur provenance. Fandor utilise des contenus de l'encyclopédie en ligne Wikipédia (sous licence *creative commons*) et d'une autre base de données appelée *Freebase*. Créée en 2007, cette plateforme se donne comme objectif de devenir : « [an] open, shared database of the world's knowledge » (Rao 2010). Ouverte à tous, elle permet à l'origine à chaque utilisateur de contribuer à la base, de rechercher des données et de les extraire³⁰⁸. Usant de cette possibilité, un utilisateur du service, situé au Mexique, crée en 2007 une série d'entrées. Les journaux de connexion et de modification des données conservée sur le site web de *Freebase* montrent que, durant les premiers

³⁰⁷ Le terme est utilisé par André Gaudreault et Philippe Marion (2013) pour désigner les différentes pratiques formant le contexte d'émergence du cinéma.

³⁰⁸ Acquise par Google en 2010, la base est passée en lecture seule au printemps 2015.

jours de sa découverte du service, il fournit nombre d'informations sur sa personne et sur différents produits culturels : série télévisée, films, lectures diverses. Un peu par ricochet, il inscrit quelques éléments relatifs au *Voyage dans la Lune* de Méliès. Il ajoute notamment la mention de deux écrivains ayant supposément collaboré à l'histoire du film (*Story By*). Toujours grâce à l'historique du site, on peut constater que ces données se maintiennent durant plusieurs années. Tout porte à croire qu'on les retrouve ensuite sur le site de Fandor.

Ici, le problème réside moins dans la migration de ces éléments sur le site de Fandor que dans leur immobilisme subséquent. Quelqu'un semble avoir pris un cliché des informations en circulation, rempli la base de Fandor, puis coupé les ponts avec les débats et les révisions ultérieures effectuées dans ces grandes bases de données participatives. Au contraire, l'entrée du *Voyage* sur Wikipédia³⁰⁹, comme pour chaque page de l'encyclopédie, donne accès à un onglet *historique* qui liste toutes les révisions et les commentaires des contributeurs. La page semble être en constante révision et amélioration. Les contributions suivent les publications scientifiques sur le sujet et des débats naissent de chaque ajout et modification effectués sur la page. La fondation Wikipédia a développé les outils et règles nécessaires à la stabilité et la transparence du processus de révision. À l'opposé, la page web statique de Fandor semble figée dans le temps, un état encore aggravé par l'absence de tous liens pointant vers des pages extérieures au site.

Depuis la mise en dormance du catalogue Fandor en 2018, les choses ont quelque peu changé. Comme nous l'avons vu, les catalogues tendent à ajouter dans les pages consacrées des contenus externes ou des liens pointant vers ceux-ci. Cela facilite le

³⁰⁹ Les pages de l'encyclopédie en français et en anglais présentent des contenus très différents, la seconde étant beaucoup plus précise : « *A Trip to the Moon*, » https://en.wikipedia.org/wiki/A_Trip_to_the_Moon, consulté le 5 avril 2016,

recueil d'informations complémentaires à propos des films présentés. Du côté des métadonnées, la tendance est à la production à l'interne. LaCinetek met de l'avant l'aspect fait maison des informations qu'elle propose sur les films (Delaporte 2019), celles-ci sont généreuses et couvrent autant les personnes et entités liées à l'œuvre (dont la société de production et même les ayants droit actuels) que les informations techniques sur le film (format d'image, support de tournage, son d'origine, année de production, date de sortie, type de films (long ou court), couleurs, langue). L'équipe de Tënk s'appuie, quant à elle, sur un partenariat avec le site de référencement et de promotion du documentaire *film-documentaire.fr* pour afficher quelques métadonnées de type classique sur les films. Si elles sont toujours accessibles gratuitement, et non pas limitée aux seuls abonnés, les informations contenues dans les bases de données des catalogues représentent une part importante de la valeur que les catalogues construisent autour des films. Mubi a construit sa réputation en partie sur une très conséquente base de données de films, qui va bien au-delà des titres offerts au visionnement et qui contient les commentaires des abonnés sur chaque titre, des liens vers des articles de presse, etc. La propriété de ces contenus fait l'objet de mentions dans les conditions d'utilisation. Criterion Channel rappelle qu'il est interdit de réutiliser les données, par exemple à la suite d'une extraction automatique, d'hacker ou d'endommager d'une quelconque manière la base derrière le catalogue³¹⁰. Sundance Now et BFI étendent la protection juridique qui concerne les contenus filmiques aux données les concernant et même au code et aux logiciels du catalogue.

On le voit, les métadonnées à propos des films, les paratextes et leur organisation en accompagnement de la consultation des titres occupent une place centrale au sein de l'action de médiation des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement. Cela explique l'inclusion des protections légales que nous venons d'aborder dans leurs

³¹⁰ Conditions d'utilisation de la plateforme Vimeo OTT sur laquelle est hébergée la Criterion Channel, à l'adresse : criterionchannel.com/tos, consulté le 24 octobre 2019.

conditions d'utilisation. Il faut maintenant aborder les effets sur l'actualisation de l'expérience cinéma provoqués par la manière de présenter ces métadonnées et, plus généralement, d'organiser la circulation des abonnés au sein du catalogue. Commençons par revenir brièvement sur notre exemple de la présentation du *Voyage* sur Fandor. Le catalogue use d'informations provenant de plusieurs sources. Les données ne semblent pas être mises à jour et les sites ne proposent pas de système de révision ou de référencement des sources. Lorsque le site décrit les différents protagonistes ayant participé au tournage, les catégories de la base de données ne sont pas adaptées aux spécificités du cinéma des premiers temps. La circulation, au sens double de l'information gravitant autour du film et de la navigation des internautes au sein du catalogue bute donc contre de nombreux obstacles. La production d'un visionnement dans un contexte isolé du reste du web n'incite pas à dépasser la copie numérique pour aller chercher à en savoir plus sur la carrière de Méliès ou sur le cinéma des premiers temps. La plupart des commentaires d'abonnés listés font d'ailleurs écho à la sensation d'achèvement ou de radicale nouveauté promue dans la description du film.

À notre avis, on peut rapprocher la forme de l'accès au film et le visionnement proposé à une déqualification du signe vers la donnée, tel que décrit par Antoinette Rouvroy et Thomas Berns (2013). À propos de l'influence des algorithmes sur le devenir de nos sociétés, ces deux auteurs avancent :

[...] chaque élément est ramené à sa nature la plus brute, c'est-à-dire être tout à la fois abstrait du contexte dans lequel il est survenu et réduit à « de la donnée ». Une donnée n'est plus qu'un signal expurgé de toute signification propre [...] (169).

Bien que formulée à propos des traces laissées en ligne par les actions des individus, cette substitution du signe par le signal décrit bien les enjeux liés à la programmation en ligne d'œuvres complexes telle la restauration du *Voyage*. Les attributs du film,

son contexte et les différentes clés de lecture possibles sont transformés en une série de données formatées en vue de leur stockage, leur convocation, voire leur partage. Au lieu de favoriser la circulation des contenus et des regards, cette transformation prive ces éléments de leur valeur heuristique. La consultation d'un pan du patrimoine cinématographique peut alors se donner sans mise en contexte et surtout dans un visionnement en ligne rendu hermétique, ceci un peu paradoxalement considérant la nature hypertextuelle du web.

Il faut néanmoins se garder de généraliser cette constatation à l'entièreté du site. D'autres sections de celui-ci comportent du contenu produit exclusivement pour le service (des entrevues, des synthèses, ou des développements thématiques). Comment alors expliquer la relative aridité des informations fournies sur la restauration du *Voyage* de Méliès ? Ou pour l'exprimer autrement, d'où proviennent les obstacles rencontrés dans la répartition de l'information et la conceptualisation de la navigation ? Une première piste de réponse conçoit la présentation du *Voyage* comme le symptôme de l'externalisation vers la machine des processus de recommandation et de recontextualisation. Face à des catalogues dont la richesse croît à un rythme soutenu, les services de vidéo par abonnement se replient, faute de moyens appropriés, sur des solutions de traitement et de stockage des films clé en main. Au sein de ces dernières, les algorithmes occupent une place prépondérante, ceux consacrés à la recommandation, plus visibles, ont laissé leur place aux programmes qui gèrent en coulisse la circulation de données de types variées. Au cours du traitement des films par la machine et sans doute du fait des limites de l'intervention humaine, toujours ponctuelle et sélective face à la masse des titres, tous les titres ne reçoivent pas une attention égale et ne jouissent pas de la même mise en visibilité.

4.3.5 Interactivité et interaction : suivre les propositions de la machine

Face à ces difficultés, rien n'empêche l'internaute d'ouvrir un nouvel onglet de son navigateur et de rechercher de plus amples informations sur l'Internet. Peut-être trouvera-t-elle alors des paratextes aptes à informer sa lecture des films. En ce qui concerne les films récents, ceux-ci sont relativement accessibles en ligne. Les œuvres des premiers temps du cinéma, même celles parmi les plus connues, issues d'un contexte de production particulier appellent une mise en contexte spécifique et sont moins l'objet des discours en circulation, ou alors les paratextes pertinents bénéficient d'une visibilité moindre et sont donc plus difficile à dénicher. La chose se complique encore si les films sont passés par des étapes de (ré)actualisation comme nous l'avons vu avec la restauration effectuée en 2011 du *Voyage dans la Lune* (1902) de Georges Méliès.

Replacer ainsi les catalogues au sein du tableau plus général de la circulation des paratextes cinéphiles en ligne amène une série de questions à propos de la capacité accordée aux abonnés de constituer leur propre mémoire des visionnements effectués par l'intermédiaire des catalogues. Pour reprendre notre illustration précédente, on peut imaginer que l'internaute désireuse d'en savoir plus sur le *Voyage* de Méliès sera contente de pouvoir retourner au film, pour peut-être le revoir, ayant acquis un regard différent par son exploration des paratextes. Quelle place les catalogues accordent-ils à de telles formes d'appropriation du visionnement ? En nous intéressant à la définition de l'expérience cinéma par l'intermédiaire de la cinéphilie, nous avons abordé les formes contemporaines d'expressions et de partages liés au plaisir du visionnement : le fait de s'approprier les titres par la constitution de liste, l'établissement de carnet de séance ou encore par la possibilité de laisser un commentaire sur le film et lier ainsi son expérience du visionnement avec celui des autres abonnés. Suivant l'ouverture pratiquée par la dernière composante de notre conception de l'expérience cinéma autour du *faire*, de la possibilité d'une

manipulation des images, les catalogues offrent-ils d'interagir avec les films en ces termes ? Nous allons recenser quelques-unes des possibilités d'interactivité et d'interaction offertes sur leur site web et établir par ce biais une brève cartographie des possibilités de personnalisation du parcours de navigation des internautes.

En termes de personnalisation du cheminement, on rencontre trois types de liste : les listes créées par les abonnés autour d'un thème, d'une filmographie ou de tout autre motif récurrent (une des fonctions phares du catalogue Mubi), celles générées automatiquement au fil de l'usage du catalogue (ce que l'on souhaite voir – les listes de lecture ou *watch list*, les visionnements en cours ou abandonnés à mi-course, les films vus) et finalement des listes préfaites, très présentes, qui peuvent contenir un petit nombre de films (collection thématique) ou de plus grands ensembles (les listes soumises par les cinéastes à LaCinetek). Il est intéressant de considérer le rapport entre la présence de ces différents types de liste dans les catalogues et son évolution durant les cinq dernières années. Alors que les premières, celles produites par les utilisateurs et ensuite partagées par l'intermédiaire du service, ont fait les beaux jours de Fandor et Mubi, seul le second continue d'offrir réellement cette possibilité à ces abonnés. Dans les mises à jour du catalogue qui précèdent la mise en veille du site en 2018, Fandor retire progressivement la visibilité accordée aux listes de la communauté. Celles-ci sont mélangées aux collections produites par les équipes de programmation et il est de plus en plus difficile d'y accéder en naviguant dans le catalogue. Pour les autres services de notre corpus, cette fonctionnalité offerte aux abonnés ne semble pas constituer un incontournable. De fait, BFI Player, Criterion Channel, LaCinetek, Filmatique, Sundance Now, Tënk et Warner Archive ne proposent pas cette fonctionnalité. La possibilité de constituer ses propres listes, soit sur la base de simples préférences, soit de manière plus élaborée pour mettre de l'avant un genre, une cinématographie ou une thématique est remplacée sur ces catalogues, bien que très inadéquatement, par la génération semi-automatique de

listes de lecture. En partie constituées par l'abonnée, lorsqu'on invite celle-ci à marquer les titres *à voir plus tard*, ou générées automatiquement lorsqu'un film est visionné entièrement (*films vus*) voire seulement commencés (*continue watching*, etc.), ces listes ne constituent pas à proprement parler des ensembles de titres favoris, elles renvoient davantage à des listes de lecture, des *watchlist* de titres vus et à voir. Elle conserve une trace de la consultation du catalogue par l'abonnée, de sa navigation dans l'offre de celui-ci, plutôt qu'un outil de partage des goûts et des découvertes individuelles. À part Criterion Channel, qui affiche sur sa page d'accueil deux sections consacrées aux films rencontrés ou repérés au cours de ce cheminement personnalisé, et LaCinetek qui a, elle aussi, brièvement expérimenté la présentation d'une section « Vous êtes passé par ici » dans le principal tableau de vignettes de son site, les autres services tendent à placer ces listes dans l'ensemble de pages dédiées au profil de l'abonnée, là où l'internaute peut configurer les différents aspects du catalogue, son abonnement, etc.

Toujours à propos de l'interactivité proposée, il faut encore relever la manipulation des listes de films par l'intermédiaire de systèmes de filtres et de classement. Les catalogues reprennent ici des codes esthétiques et des processus techniques très répandus sur le web. On pense aux *widgets* des sites d'achat en ligne qui permettent de naviguer dans les contenus en créant des sous-ensembles, ceci par sélection dans une liste de catégories présentées dans une colonne séparée du corps de la page. À partir de ces interfaces ubiquitaires et presque entièrement normalisées de nos jours, les catalogues proposent leurs propres systèmes de classement. Ceux-ci reposent sur les métadonnées associées aux films (par pays, décennie, format, auteurs, etc.) ainsi que sur des catégories créées sur mesure, selon le fonctionnement du catalogue (*Mark Kermode introduces* pour BFI Player, ajouts récents à la sélection, etc.) ou, davantage pensées et travaillées selon les usages imaginés par les équipes de programmation. LaCinetek permet ainsi de filtrer son catalogue selon deux catégories d'âge : *enfants*

6 ans et 11 ans auxquelles elle associe une partie des titres de son offre. Elle propose aussi une catégorisation par *courant cinématographique*, pour laquelle chaque entrée (*L'expressionnisme allemand 1919-1928* ou *indépendants américains 1978-1990*) bénéficie d'un texte de présentation et d'une courte filmographie de référence. L'utilisation de ces modules interactifs jouit de la réactivité de l'ensemble – on peut facilement passer d'une sélection à une autre – et de la possibilité à tout moment de suivre les liens associés à chaque film. Leur mise à disposition joue des affinités ludiques de l'interactivité et représente l'une des voies privilégiées pour appréhender le catalogue dans son ensemble. Quand bien même l'exploration s'effectue encore une fois par fragmentations de l'ensemble, c'est par la navigation et le jeu répété du découpage que l'on peut parvenir à une idée des titres, des époques et des lieux de production que recoupe la sélection offerte.

Enfin et suivant la distinction entre interactivité et interaction que nous avons opérée dans notre méthodologie³¹¹, observons les formes de communication avec les autres abonnés. Nous nous souvenons qu'il s'agit d'une part importante du *feedback*, dont parle Casetti, la possibilité de trouver les films et les commentaires dans un seul et même espace, fût-il en ligne seulement. Une possibilité que le théoricien italien inscrit dans le contexte des écrits sur le cinéma élargi. Ceux-ci font du cinéma le média de l'heure par sa capacité d'adaptation, le fait qu'il puisse être travaillé par le retour des spectateurs, et ce à même le lieu de sa diffusion. Si l'on considère uniquement les catalogues et leur mode de fonctionnement, l'interaction entre abonnés ne semble pas privilégiée. À la suite d'une série de controverses et de jeux de pouvoir autour de son forum dédié aux commentaires des abonnés sur le service, Mubi le ferme en 2013³¹². Le catalogue propose toujours de laisser des commentaires sur les films, mais seul Sundance Now le fait également. Cette forme de

³¹¹ Cf. la section *Corpus et collecte de données* de notre méthodologie.

³¹² En 2015, Mubi ferme le reste des forums thématiques hébergés sur son site web (Hessler 2018).

communication est cependant asynchrone et cela se voit particulièrement pour les titres moins visités. Il peut s'écouler plusieurs mois entre la formulation d'un commentaire et la réaction d'un autre abonné sur celui-ci (marque d'appréciation simple en attribuant une note ou réponse plus élaborée). Dans le même ordre d'idée, les paratextes et les indications sur les films ne peuvent faire l'objet d'ajustements effectués par la communauté. Certains catalogues offrent des formulaires de contact pour réclamer des changements, mais ce type d'échange ne fait pas l'objet d'une mise en visibilité particulière et reste vraisemblablement modeste. Il faut donc replacer les catalogues dans un contexte plus général pour comprendre les formes d'interaction qu'ils proposent. Ils délèguent de fait celles-ci à d'autres plateformes. Les réseaux sociaux numériques vers lesquels ils favorisent le partage des URL des films ou les sites de création de listes et d'échanges que nous avons évoqués, ou encore les forums spécialisés. Ce type de séparation fonctionnelle est fréquente et illustre sans doute la spécialisation des applications web qui tendent, en dehors des grandes plateformes généralistes comme Facebook, Google ou Amazon, à fournir chacune un service bien défini. Il reste que l'action des catalogues semble s'acheminer vers la seule fonction de diffusion des œuvres. Pour s'en convaincre, un retour sur les conditions d'utilisation peut être instructif. Celles-ci limitent bien sûr la consommation des films à des « fins de divertissement personnel »³¹³. Elles empêchent aussi toutes formes de réutilisations créatives des œuvres, allant même jusqu'à interdire de les référencer directement par l'intermédiaire de lien profond (*deep link*)³¹⁴. Le paradigme d'une consommation contrôlée ainsi établi semble aller à l'encontre des possibilités de combinaison et de recombinaison propres à la circulation des images en réseau³¹⁵. Les

³¹³ Conditions d'utilisation de la plateforme Vimeo OTT sur laquelle est hébergée la Criterion Channel, à l'adresse : criterionchannel.com/tos, consulté le 24 octobre 2019, notre traduction.

³¹⁴ Conditions d'utilisation du BFI Player, à l'adresse : player.bfi.org.uk/terms-of-use, consulté le 8 mai 2018.

³¹⁵ Nous développons ce point dans notre dernier chapitre « Considérations actuelles et retour épistémologique ».

catalogues appliquent plutôt le programme des grands joueurs de la distribution du cinéma dans leur souhait de policer l'Internet. Les vellétés des mentions légales de donner forme à l'expérience de consommation des films. Celle-ci doit avoir lieu devant un public limité au foyer, en direct et sur un nombre restreint d'appareils simultanément ou alors après téléchargement (valable pour un temps donné seulement). Elles ne peuvent servir à un détournement artistique. Toutes ces restrictions illustrent l'inscription de l'offre de regard proposée au sein des grandes orientations du marché de la diffusion en ligne du cinéma.

Ici comme sur d'autres fronts, la marge de manœuvre des catalogues semble limitée. C'est peut-être ce qui explique leur incapacité à attirer et à gérer une vraie forme d'interaction avec leurs abonnés. D'ailleurs, dans une forme de relique de leurs tentatives manquées de faire appel aux contenus de la communauté, plusieurs des catalogues de notre corpus conservent dans leurs règlements des mentions à propos de la propriété de ceux-ci. Lorsque c'est le cas, les services rappellent que les contenus chargés par les utilisateurs sur les catalogues doivent respecter le droit d'auteur. Ils se réservent également les droits exclusifs sur toutes les productions de la communauté ainsi ajoutées sur leurs sites web. Cela réduit, on s'en doute, l'intérêt que des créateurs amateurs ou semi-professionnels pourraient avoir à occuper les espaces des catalogues par des contenus originaux ou partiellement repris et transformés, que ces dernières soient textuelles ou audiovisuelles d'ailleurs.

Dans un article intitulé *Mubi : A Streaming With a Ticking Clock* qui paraît en 2017 dans le New York Times, le journaliste Glenn Kenny compare Mubi à un cinéma de répertoire. La programmation éphémère du catalogue lui rappelle celle d'une salle de cinéma, les films y sont programmés pendant un temps puis disparaissent pour céder leur place à d'autres. Dans le cas de Mubi et comme nous venons de le voir, la médiation algorithmique s'ajoute en complément de ces logiques de programmation.

Elle fait remonter à la surface des titres du catalogue sous forme de combinaisons de ceux-ci. Les titres sont puisés dans l'ensemble de la base selon différentes logiques, à partir des traces d'usage laissées par les abonnés ou des correspondances encodées dans les métadonnées, par exemple. À chaque fois, il s'agit de mettre en valeur l'ensemble du catalogue par la présentation d'une fraction de celui-ci, sans accorder trop d'importance au principe de sélection derrière cette mise en visibilité. L'action des algorithmes relève donc du brassage, agiter le catalogue pour faire apparaître une nouvelle série de titres. À la manière d'un kaléidoscope fournissant une image différente après chaque manipulation, le résultat tient de l'arbitraire, en partie dans l'espoir que la machine fournisse de nouvelles formes de regroupement, en partie sur un mode ludique pour jouir des multiples possibilités de croisements entre les films.

Parfois, les rapprochements se font plus signifiants et l'on perçoit l'intention des programmeurs derrière des regroupements aux allures pourtant très génériques. Dans une nouvelle formule de sa page d'accueil introduite en mai 2020, Mubi accorde une place centrale aux collections formées par l'équipe de programmation. Celles-ci existaient auparavant, mais la nouvelle maquette graphique leur donne un supplément de visibilité en classant les titres par ligne selon les groupes de films sélectionnés. La ligne « Chefs-d'œuvre des années 1970 » possède toutes les apparences d'un ensemble tiré de la base de données. La sélection fait néanmoins ressentir son aspect construit par des humains à partir des outils de la machine. Les œuvres dressent un portrait de la décennie, à la fois inédit et riche de croisements, pourtant potentiels en soi, mais qui par l'organisation des vignettes s'actualisent sous les yeux de la cinéphile. Sur une même ligne se côtoie le cinéma de Jonas Mekas et Krzysztof Zanussi, d'Alejandro Jodorowsky et de Pere Portabella. L'engagement mélancolique de Francesco Rosi et le politique mis en scène de Satyajit Ray s'y rencontrent. Les personnages qui résistent à l'abandon de Marguerite Duras semblent pouvoir entrer en contact avec ceux de Wes Craven. Entre les films, les mises en

relation ainsi créées par Mubi révèlent une zone de confluence du milieu qui emprunte tant aux caractéristiques de l'expérience cinéma qu'aux logiques du web. À la manière décrite par Benjamin lorsqu'il traite des pouvoirs mimétiques du cinéma³¹⁶, en jouant de la ressemblance avec les résultats renvoyés par la machine et donc depuis l'une des lignes de force du milieu du web, les équipes de Mubi parviennent à ouvrir de nouvelles pistes heuristiques, voire la possibilité d'appréhender l'ensemble formé par l'hybridation de deux régimes d'accès aux films.

Outre ces moments d'épiphanie, le mouvement général est le même dans le cas des services proposant des catalogues plus larges et statiques. Le classement des titres par l'intermédiaire de la machine – le recours aux algorithmes de recommandation, le classement par filtres interactifs, les possibilités de navigation offertes par les métadonnées (les vidéos reliées) – ne produit pas de formes d'organisation. Si l'on prend l'exemple du vidéoclub, une comparaison évoquée en regard de l'offre de visionnement des catalogues, le traitement de données et ses capacités à classer les titres et à les manipuler ne reproduit pas l'organisation spatiale d'un vidéoclub, avec son coin consacré aux films d'horreur, les coups de cœur de l'équipe ou les sections un peu poussiéreuses consacrées aux films classiques. Ce n'est d'ailleurs pas forcément l'objectif, ou alors, dopé aux outils du numérique que nous avons évoqués, il s'agirait d'un vidéoclub dont la forme se recompose à l'envi, ou alors en réponse à chaque nouveau client et selon l'actualité. Bien qu'orientés pour une large part vers l'âge d'or du cinéma, les catalogues adoptent les temporalités du web. Les parcours et les liens qu'ils créent entre les films reflètent celles-ci. Il faut les suivre dans leur recombinaison continue et saisir les liens tissés au moment de leur création, au risque

³¹⁶ L'adéquation entre les techniques du cinéma et le milieu de la modernité peut permettre de mettre en lumière les caractéristiques de l'acte perceptuel au sein de ce dernier, voir la section *Composante temporelle de l'expérience*.

de devoir péniblement retracer leur articulation dans l'après-coup. Il en est ainsi des contenus moins récents qui semblent être repoussés dans les basses couches du site. Pour retrouver un texte sur un auteur ou un autre contenu paratextuel pertinent, l'internaute devra (re)pister les hyperliens qui reliaient les pages entre elles lors de leur publication en ligne.

CHAPITRE V

CONSIDÉRATIONS ACTUELLES ET RETOUR ÉPISTÉMOLOGIQUE

Au sein du milieu du web, les catalogues cinéphiles organisent tant la circulation des copies numériques qu'ils programment que leurs paratextes. Ce faisant, ils enrichissent l'accès aux films sélectionnés d'un supplément de valeur, mettent en visibilité des titres méconnus et assurent l'inscription de ceux-ci dans les discours et l'actualité cinéphile.

Observant les courtes descriptions paratextuelles produites dans le but d'attirer l'attention des abonnés et les nombreux articles de presse qui annoncent le lancement de l'un de nos catalogues cinéphiles, nous avons mis en lumière une série de rapprochements. Nous avons lié leur rôle de médiateur culturel et leur action de curation des films avec celui joué par les distributeurs indépendants de coffrets DVD, voire avec les circuits de la location, le vidéoclub que nous venons d'évoquer, ou la circulation des films sur vidéogramme. Ces rapprochements avec d'autres systèmes de mise en valeur des films visent, comme nous l'avons montré, à établir une continuité cinéphile. Le geste de prolongement peut concerner des entreprises et des pratiques actuelles ou passées ; par exemple, les distributeurs indépendants pour les premières ou les cercles d'échanges de cassettes VHS pour les secondes. Parfois, la relation de continuité prend une tournure plus concrète. Nous l'avons vu, des journalistes et des critiques de la presse et de la télévision sont mis à contribution dans l'éditorialisation des titres présentés. Ils apportent à l'offre des catalogues leur

réputation auprès du public et donnent une tournure cinéphile aux productions paratextuelles, qu'elle soit langagière, thématique ou, ainsi que nous l'avons observé sur notre deuxième axe de recherche, par la reprise des formes « traditionnelles » de mises en valeur des films : le vedettariat, la rareté, l'argument d'autorité, etc. Néanmoins, si des formes déjà relocalisées du cinéma sont inconsciemment ou explicitement évoquées, la référence centrale reste néanmoins le cinéma et son dispositif classique. Quand bien même ce dernier pourrait apparaître bien éloigné des offres de visionnement proposées par les catalogues, ceux-ci inscrivent le type de regard sur le film qu'ils déploient dans la droite ligne du cinéma. Dans leur manière de se définir et dans les discours promotionnels présents à même les pages de leurs sites Internet, les services cinéphiles s'accommodent d'une désignation par assimilation. Ils se présentent comme des « cinémas à la demande », « [y]our own little cinema, anytime, anywhere »³¹⁷ selon la formule choisie par Mubi il y a de cela quelques années.

Par l'intermédiaire des travaux de Francesco Casetti et autour de la notion de cinéma élargi, nous avons abordé plusieurs éléments théoriques et constats à propos de la *relocalisation* des pratiques de consommation des films de longs métrages. Formant le contexte des affirmations des catalogues, la multiplication des possibilités de visionnement des films et leur (ré)inscription dans le giron du cinéma par certains théoriciens autorisent ce type d'énonciation. En l'absence de ce contexte, les discours promotionnels des catalogues tiendraient de l'exagération. Compte tenu de la multiplication des lieux de consommation des films et des formes diverses que prend le cinéma lorsqu'il migre dans différents univers de sens, on peut concevoir que les catalogues cinéphiles revendiquent une telle filiation, et, même au-delà, qu'ils

³¹⁷ mubi.com/fr/vision (21 avril 2018)

essaient d'usurper de la sorte la manière de donner à voir du cinéma. Afin de préciser notre propos et d'appréhender les effets des récents événements sur le *regard cinéma en ligne* proposé par les catalogues cinéphiles, il nous faut revenir à deux partis-pris théoriques énoncés dans les premières pages de cette thèse. Le premier renvoie à notre conception large de la distribution en tant qu'organisation de la circulation et de la réception des textes. Le second nous ramène au débat sur la mort du cinéma et à la (re)définition de ses constituants par les études cinématographiques. Nous avons choisi de mettre à contribution les apports théoriques de cette (re)définition, en la concevant comme une étape préalable à notre conception de l'expérience cinéma et à son actualisation en ligne. Elle nous a fourni une série d'éléments (un *regard tenu dans le temps*, la cinéphilie, la critique et la mémoire) dont nous avons pu observer les transformations lors de leur passage en ligne. Avoir en tête les deux points précités, une conception large de la distribution et les apports de la redéfinition du cinéma, nous amène à une constatation. Le fait de reprendre des formes de mises en valeur des films propres à d'autres supports et d'autres médias ainsi que les efforts des catalogues pour s'assimiler au cinéma prennent une autre tournure. Nous avons entamé notre recherche doctorale en suivant la piste de la *relocalisation* des films sur le web. En souhaitant observer les transformations de l'expérience cinéma lors de son actualisation dans les pages des catalogues, nous avons interrogé la capacité des catalogues à former des espaces propices à cette *relocalisation*. Notre étude des mutations des composantes collectives et temporelles de l'expérience cinéma, de son adaptation à la saturation informationnelle et aux nouvelles possibilités d'interagir avec les images s'est ainsi construite selon la prémisse que la reprise de ces différentes manières de voir les films pouvait assurer la perpétuation de la forme de regard propre au cinéma. Au sein des offres de visionnement qui repoussent les frontières du cinéma, les catalogues contribueraient ainsi à ouvrir de nouvelles voies de prolongement de celui-ci.

On observe bien un tel prolongement. Au prix des quelques adaptations dont nous avons fait l'observation au cours de nos travaux, le cinéma peut se consommer en ligne dans une expérience qui, enrichie d'un supplément de paratextes cinéphiles et se donnant en synchronie avec l'actualité cinématographique, actualise l'expérience du film en salle. Le visionnement offert ne correspond pas trait pour trait à celui proposé au sein de son dispositif classique. Il le prolonge dans une relation d'authenticité, une continuité dans le changement suivant la notion benjaminienne reprise par Casetti, comme ont pu le faire, à leur manière, la télévision ou la vidéo domestique. Il est d'ailleurs intéressant de remarquer qu'une partie des tendances relevées dans nos observations, l'éclectisme des goûts cinéphiles prôné dans les discours produits ou la redondance d'automatisation des éléments graphiques servant à la présentation des copies numériques, par exemple, existent aussi en dehors des catalogues. De fait, ces derniers jouent ici un rôle de catalyseur de ces aspects. En les choisissant comme éléments constitutifs, ou plus précisément en orientant dans leur direction les différents éléments du dispositif cinéma – le fait de choisir un type de cinéphilie plutôt qu'un autre ou de privilégier une manière de présenter la base de données – les catalogues contribuent à leur donner poids et crédibilité au sein du cinéma relocalisé sur le web et dans la constitution d'un *regard cinéma en ligne*. Il faut insister sur ce rôle de passeur des catalogues. Si un tel rôle était déjà présupposé dans notre conception de leur action comme une médiation de médiation – les catalogues actualisent une manière de donner à voir préexistante – force est de constater que la médiation de second degré qui marque le passage des films sur le web tient de la reprise, de l'inscription dans un mouvement existant. Ils inventent certes une nouvelle variante du regard cinéma et promeuvent, sous les auspices de la médiation technique, des manières de manipuler et de regarder les films. En cela, ils participent à la création d'une configuration particulière de lieux (des espaces cinéphiles en ligne et hors-ligne), d'objets (les films et leurs paratextes) et de pratiques (des manières de voir). Cela passe par la mise en œuvre de formes de médiations propres au milieu du

web et spécifiques aux offres de visionnements des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement, par opposition, dans ce cas-ci, aux reprises que nous évoquions à l'instant. De telles formes de médiations peuvent, à titre d'illustration, être le résultat d'une hybridation. C'est le cas du rôle attribué aux photogrammes dans la mobilisation des films à partir de leur vignette. Ou alors, elles peuvent être totalement exogènes au cinéma. On pense ici au classement, à la prescription et aux appariements générés par le recours aux algorithmes de recommandation.

Dans les deux cas, que la médiation exercée par les catalogues emprunte au milieu du web ou à des éléments propres à l'univers du cinéma (la cinéphilie, la programmation culturelle ou l'aura de la critique institutionnelle), ces reprises bénéficient d'un élan général dont la force vive provient jusqu'à présent de la salle, que celle-ci soit commerciale, festivalière ou indépendante d'ailleurs. Pour le dire simplement, la salle de cinéma a perdu de sa centralité, mais elle reste encore le principal moteur derrière la circulation, non pas des films, mais d'une manière de les regarder. En appui à cette idée et pour ne considérer que les éléments dégagés par notre étude, le fait que les catalogues construisent leur offre de regard sur une série d'éléments déjà présents inverse, si l'on veut, notre conception de départ. Ils prolongent bien le cinéma par l'expérimentation, grâce à leur nature prototypale, autour de différents habillages graphiques de leurs bases de données, de mises en visibilité thématiques et par l'invention d'un discours cinéphile adapté (ton et ambiance des paratextes et des recommandations). Leur capacité à perpétuer le type d'expérience propre au cinéma semble, en revanche, moins évidente. La relation qu'ils entretiennent avec celle-ci paraît donc inversée. Ils la prolongent dans de nouveaux territoires, mais dépendent d'elle pour perdurer dans le temps.

Quelques éléments d'actualité issus de la crise de l'exploitation cinématographique engendrée par la pandémie de coronavirus peuvent nous aider à préciser la nature de

la dépendance qui lie les catalogues à l'expérience en salle. On peut nommer à cette fin deux éléments parmi les bouleversements récents qui nous amènent à porter un regard différent sur notre objet d'étude : les changements stratégiques annoncés par les majors à propos de la mise en marché de leur production et les longues périodes de fermeture des salles de cinéma durant l'année 2020. Le premier peut être qualifié de sismique au vu de son amplitude, à la fois dans le temps et sur les différents marchés concernés. Universal et WarnerMedia annoncent vouloir drastiquement raccourcir la période d'exclusivité des films projetés, délaissant la traditionnelle fenêtre de quatre-vingt-dix jours réservée à l'exploitation en salle aux États-Unis. WarnerMedia prévoit de sortir ses productions simultanément en salle et sur son service HBO Max pour une durée indéterminée. Plus significatif encore, Disney réorganise les différentes marques qui forment sa considérable capacité de production pour mettre de l'avant son service de vidéo par abonnement Disney+³¹⁸. La pandémie semble donc donner un coup d'accélérateur à la diffusion vidéo en continu, plaçant le streaming au cœur de la filière cinéma, du moins en ce qui concerne les grands groupes médiatiques aux États-Unis (Sperling 2020). Le second constat que nous pouvons tirer de l'actualité concerne le coup porté à l'exploitation en salle. En Amérique du Nord comme en Europe, les directives de santé publique ont forcé les salles commerciales à fermer leurs portes pour des périodes prolongées ou alors à tourner sur un régime réduit avec un nombre limité de spectateurs³¹⁹. De même, les événements du calendrier cinéphiles (festivals, galas et autres ciné-clubs) sont annulés, reportés ou contraints à passer en ligne. Pour les premiers comme pour les

³¹⁸ À noter que l'entreprise ne prévoit pas de dégager des profits de son service de vidéo par abonnement avant 2024 (Barnes 2020).

³¹⁹ Au tournant de l'année 2020, plusieurs médias d'information constatent la fragilité de l'exploitation en salle après une année des plus difficiles : pour les États-Unis, voir Pamela McClintock (2021) dans le *Hollywood Reporter* ; pour le Québec, un article début janvier de *La Presse Canadienne* (2021); pour la France, Anne Lamotte (2020) pour *France Culture*, et enfin, Tania Sazpinar (2021) pour la Radio Télévision Suisse.

seconds, le salut viendra fort probablement des pouvoirs publics et de leur capacité à soutenir le secteur de la diffusion cinématographique pour l'aider à traverser la crise.

Cette fragilité de l'exploitation en salle, ce qui ressemble à une accélération du déclin de sa variante commerciale³²⁰, notamment dans le monde anglophone³²¹, amène bien sûr à considérer nos objets sous un jour nouveau. Il faut alors revenir à la relation de dépendance entre le cinéma dans son dispositif classique et l'offre de regard des catalogues évoquée à l'instant. La convocation d'une série de pratiques cinéphiles, que ce soit par les catalogues ou au-delà, repose sur une même référence centrale. L'expérience cinéma telle que nous l'avons définie précédemment sert de base commune. Dans le cas des catalogues, le fait de reprendre, actualiser ou tout simplement pointer vers les éléments qui composent l'expérience cinéma donne du crédit à leur volonté affichée de la prolonger en ligne. Les catalogues participent à la circulation des versions numériques des films et du sens élaboré à leur propos, mais leur capacité à assurer cette circulation dépend de la force, on pourrait dire du mouvement, insufflé à celle-ci, non pas par les acteurs de la vidéo à la demande, mais bien plutôt par la diffusion en salle sur grand écran. Avec la fermeture des salles et le futur de nombreux cinémas remis en question, c'est bien de cette puissance de mise en circulation d'une manière de voir qu'il s'agit. Ceci d'autant plus, si l'on considère le réaménagement de la force promotionnelle des *majors* en direction de leurs plateformes et du *streaming* en général.

³²⁰ Déjà concurrencés par l'avènement des grandes plateformes de streaming, les exploitants de salle sont critiqués pour leur manque d'innovation (Swisher 2020).

³²¹ Les cinémas dans la francophonie européenne ont bénéficié de leur dépendance moindre aux films produits aux États-Unis. Parmi ceux-ci, les plus porteurs en termes d'audience ont été maintes fois reportés engendrant une pénurie de films à programmer dans les salles. Les périodes de fermeture des cinémas sur l'année 2020 varient également beaucoup selon les régions (Goodfellow 2020). Selon Claude Forest, la part des recettes de billetterie dans le financement des films français représente en moyenne moins de 10% du budget. Elle est beaucoup plus importante dans le cas des films produits par les majors, en particulier lorsqu'ils sont projetés à l'international, voir le billet de Maxime Tellier (2020) pour *France Culture*.

La projection en salle a forgé une manière de recevoir les films et au-delà, suivant notre conception large de la distribution, une façon d'organiser leur circulation. C'est sans doute un point important à relever, alors qu'il a pu se trouver relativement délaissé par les conceptualisations à propos de l'acte perceptuel du cinéma. Tant du côté de la description d'une *technique d'apparaître* chez Jean-Louis Déotte que de celui des théories de (re)définition de ce que le cinéma possède en propre, la forme de la circulation des caractéristiques formant son régime de vision a été quelque peu éludée. À la manière du dessaisissement temporel auquel nous enjoint Benjamin, il faut considérer les profonds changements provoqués par la pandémie sur le temps long et à la lumière des différentes mutations qui ont traversé le cinéma. L'intervalle qui sépare le regard cinéma de son actualisation en ligne nous renseigne alors précisément sur l'importance de cette circulation, sur l'indéniable utilité d'un tissu de relations cinéphiles, à la fois hétéroclite et capable de s'adapter rapidement³²².

L'enjeu se situe donc dans la persistance d'une manière de donner à voir propre au cinéma qui s'appuie sur des renvois et références à la constitution des paramètres de cette expérience, à son histoire qu'elle soit personnelle ou collective. Les catalogues contribuent à cet ensemble de renvois. Ils le font particulièrement en s'insérant dans des réseaux qui les lient à des manifestations, des institutions et des groupes d'intérêts cinéphiles. Nous l'avons souligné dans le cas de Tënk, cela est valable pour le cinéma de fiction comme pour le documentaire. D'ailleurs, durant les périodes de fermeture de l'année 2020, plusieurs de nos catalogues ont mis en place des initiatives pour soutenir les cinémas indépendants et pour héberger la programmation ou les événements de leurs partenaires, ce qui illustre leur proximité avec ceux-ci. Au

³²² Nicolas Rapold (2021) recense quelques-unes des initiatives prises par de très petites structures, qu'ils nomment *microcinemas*, pour composer avec les directives de santé publique durant la pandémie.

printemps 2020, BFI Player offre un essai gratuit étendu en partenariat avec plusieurs cinémas du Royaume-Uni. Les programmeurs de ces derniers sont appelés à composer des sélections de titres spécifiques à leur région. Jason Wood, directeur de la section Film et culture du centre culturel Home à Manchester, explique la visée du programme :

The HOME film team were able to curate a short selection which was an almost impossible task given the breadth and diversity of the titles available through the Player. I can vouch for the fact that our audiences have really appreciated being able to maintain access to a wider and deeper cinema culture. Partnerships keep the cinema flame alive and help to ensure that it is still burning in what will hopefully soon be a post-COVID-19 landscape³²³.

C'est de la santé de ce tissu cinéophile, qui regroupe des petits cinémas, des cinémathèques, des lieux culturels, aussi bien que des émissions sous forme de podcast ou des magazines que va dépendre la vitalité des catalogues. On peut d'ailleurs faire l'hypothèse d'un renforcement de ces liens à la suite de la pandémie, notamment autour de *projections-événements*³²⁴. Dans notre lecture, le terme recoupe des propositions qui ajoutent au visionnement du film un contexte original, que cela soit sur une petite échelle en rendant la salle de projection plus intime ou en lui ajoutant un bar, à la manière de l'initiative participative de cinéma éphémère Kinograph à Bruxelles³²⁵ en ouvrant les choix de programmation au public, ou bien encore, dans un plus large déploiement, en organisant un spectacle participatif autour

³²³ Voir l'article du 15 avril 2020 dans *Screen Scotland* à ce propos : « BFI Player Partners with Regional Cinemas to Serve Audiences at Home ». En avril 2020 également, la Criterion lance sur la plateforme *gofundme.com* une campagne de dons pour aider les cinémas indépendants à travers le pays.

³²⁴ Le terme est employé depuis quelques années dans les communications des festivals et des institutions de diffusion du cinéma.

³²⁵ <https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/kinograph-le-1er-cinema-ephemere-de-bruxelles/> (consulté le 27 février 2019).

du film³²⁶. La *projection-événement* renvoie également, de manière plus coutumière, aux efforts des ciné-clubs et autres événements cinéphiles qui travaillent continuellement à renouveler les formules de présentation des films : avec les artisans de ceux-ci, accompagnés par des musiciens, suivis ou précédés d'un débat, etc. Comme le rappelle Cristel Taillibert (2018), les catalogues se doivent d'actualiser leurs programmations à travers une *offre événementialisée*. Une nécessité de renouvellement et de mise en valeur des titres par des actions ponctuelles qu'ils partagent avec les autres acteurs de la diffusion du cinéma, d'où les possibilités de partenariats.

À la lumière de ces considérations, il semble que l'augmentation du nombre d'abonnés provoquée par les différents confinements³²⁷ doit être considérée avec précaution. Si Mubi applaudit la fin de la fenêtre des quatre-vingt-dix jours et constate qu'il y aura sans doute des changements dans le secteur de l'exploitation en salle, son fondateur et PDG, Efe Cakarel, souligne l'importance des cinémas indépendants auxquels il réitère son soutien³²⁸. Il n'apporte néanmoins pas de solution à la question soulevée par l'apparente contradiction qu'il énonce : comment garantir la rentabilité des petits cinémas s'ils n'ont plus un accès exclusif au film durant une période suffisante ?

³²⁶ Le projet *Secret Cinema* date d'une dizaine d'années et propose de vivre une « expérience » d'immersion dans les histoires des films, associée à une projection sur écran géant, voir <https://www.secretcinema.org/>.

³²⁷ À l'instar des grands joueurs (Netflix, Disney, Amazon Prime), Mubi se réjouit d'une forte augmentation de ses abonnés.

³²⁸ Efe Cakarel répond aux questions du magazine britannique *Screen* à l'occasion de la série *Perspectives on 2020* (Muller 2020).

5.1 Circulation par fragments et images en réseau

Toujours selon l'opportunité de faire retour sur la construction théorique derrière notre thèse, il faut remarquer que nos observations et notre cadre théorique concernent les formes d'hybridation et les emprunts effectués par les catalogues à la manière de donner à voir du cinéma ou alors à celle propre au milieu du web. S'il fallait appréhender une autre *technique d'apparaître*, que l'on serait tenté d'appeler « le cinéma du streaming », un dispositif qui reposerait sur une idée de réseau et non de cinéma³²⁹, un autre cadre théorique serait alors requis. Revenons brièvement à l'embranchement que nous avons décrit entre les nouvelles théories du dispositif cinématographique et la notion d'agencement de Deleuze et Guattari, cette dernière étant davantage ouverte à la prise en compte des formes hybrides et multiples, à l'observation de leurs transformations collectives³³⁰. Nous avons choisi les premières, plus aptes à notre avis à rendre compte de la matérialité du web, ce qui résiste au passage en ligne de l'expérience cinéma. Les nouvelles théories du dispositif permettent d'observer et de conceptualiser les changements dans les pratiques et dans la forme du cinéma. Elles sont pensées pour lire les mutations du dispositif audiovisuel dans une contemporanéité ou dans le passé, à travers à chaque fois la reconstruction du faisceau de relations qui lie les différents éléments du dispositif entre eux. Elles semblent moins adaptées à l'étude par spéculation d'un cinéma qui reposerait sur d'autres bases, tâche pour laquelle, comme nous l'avons évoqué par l'intermédiaire des travaux de Casetti sur les dynamiques de transformation du cinéma, l'héritage conceptuel de Deleuze et Guattari semble alors plus pertinent.

³²⁹ Il est aisé de voir la contradiction derrière cette affirmation. Tentons malgré tout, sur un mode spéculatif, d'en tirer quelques conclusions.

³³⁰ Pour poursuivre la réflexion autour de cette distinction, voir le notes partagées par Frank Kessler (2007), et le chapitre de Monnoyer-Smith dans le *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales* (2016).

Nous avons relevé plusieurs aspects de la présentation des titres qui arborent des affinités avec les logiques propres au web et, plus particulièrement, à sa structure en réseau. Sans doute l'une de nos observations les plus évidentes concerne l'acheminement des données audiovisuelles auprès des abonnés. Il s'effectue selon des phases de décomposition, puis de circulation sous forme de fragments, et enfin de recomposition des images et des sons des films. Plus marquant encore, on voit parfois les traces de la nature réticulaire de la diffusion apparaître à même les images visionnées. Il faut tout d'abord bien différencier cette circulation en réseau des réflexions théoriques autour de la notion de fragment au sein des études cinématographiques et au-delà. Nous avons évoqué la fragmentation des œuvres lors des présentations d'extraits dans les bonus des DVD, comme dans les introductions à certains des titres de nos catalogues et l'on pourrait renvoyer *a minima* et, outre les théoriciens déjà évoqués dans les pages qui précèdent, aux travaux de Barbara Klinger et Chuck Tryon sur la fragmentation du texte filmique par la vidéo domestique³³¹. Casetti cheminait déjà sur une piste un peu différente lorsqu'il affirmait que les films nous parviennent de plus en plus par fragments. Il ouvrait de la sorte la possibilité de concevoir, au-delà de leur nature fragmentaire, la forme de leur circulation.

En parallèle de la fragmentation et de la dissémination à l'œuvre dans la diffusion des versions numériques des films, nous avons également observé de plus subtiles influences du réseau. Celles-ci expliquent en partie la redondance dans l'esthétique des pages qui présentent les entrées des catalogues, du fait de la manière avec laquelle les formes du web se sont constituées autour de la circulation d'un nombre limité de

³³¹ On pense ici notamment aux chapitres « The Contemporary Cinephile: Film Collecting after the VCR » (Klinger 2006, 54-90) et « The Rise of the Movie Geek: Dvd Culture, Cinematic Knowledge, and the Home Viewer » (Tryon 2009a, 16-37) de leurs livres respectifs.

propositions graphiques. Sans trop forcer le trait, on pourrait encore évoquer la mise en visibilité sélective et ponctuelle des titres, que l'on a associée aux logiques de mise en visibilité du web, ainsi que l'éclectisme des discours cinéophile dont nous faisons remonter la piste en direction des conceptualisations de la cinéphilie connectée sur les réseaux numériques.

Si l'on revient à l'idée d'une circulation par fragments des images et des films, celle-ci fait déjà l'objet de réflexion à partir des outils mêmes du cinéma. Nous avons vu comment l'installation de cinéma élargi de Nicolas Maigret, *Pirate Cinema*, met en lumière cet aspect du réseau et propose une réflexion autour de la forme des images ainsi produites. Il est néanmoins intéressant de s'attarder brièvement à la circulation des fragments, afin de mettre en lumière deux manières de la concevoir, suivant un regard cinéma ou par l'approche des images en réseau. Ces deux conceptions éclairent en effet le positionnement des catalogues à l'intersection de deux régimes d'image.

Au sein du champ des arts médiatiques, on trouve une volonté de représenter les assemblages créés par l'action même du réseau³³². Dans l'introduction du catalogue d'une exposition consacrée au collage intitulé *Montage: Unmonumental Online*, les commissaires affirment ainsi : « Le montage à partir d'Internet, l'assemblage de matériaux distincts dans un nouveau tout, est donc aussi bien un inévitable et perpétuel accident qu'une forme d'art émergente et éclairante » (Cornell et al. 2008, notre traduction). Les rapprochements effectués sur l'Internet – l'appariement automatique des vidéos, l'ajout de textes et autres contenus d'accompagnement ou la simple mise en lien hypertextuelle – se trouvent illustrés, mimés, réexploités par les

³³² Les paragraphes qui suivent reprennent et adaptent des réflexions déjà publiées dans un article pour la revue *CiNéMAS* (Bonnard 2018). Je remercie chaleureusement Bernard Perron et Santiago Hidalgo pour leurs précieux commentaires.

artistes. Ces rapprochements plus ou moins accidentels inspirent leur travail et leur pratique du collage. Le traitement de vastes quantités de données et sa représentation dans des images en mouvement sont alors perçus comme producteurs de sens, ne serait-ce qu'accidentellement. Les images du cinéma n'échappent pas à de pareilles formes de remixage dans lesquelles les longs métrages se trouvent échantillonnés. On peut penser à des œuvres de *cinéma génératif*, conçues soit à partir de contenus en circulation sur des plateformes comme YouTube, soit au sein de corpus plus restreints, ou encore à l'intérieur d'un même long métrage³³³. Ces propositions artistiques font un usage intensif des capacités de calcul informatique et visent le plus souvent à faire apparaître des éléments cachés ou anecdotiques. L'assemblage de fragments en apparence disparates révèle des structures sous-jacentes, des thématiques ou des motifs aptes à susciter de nouvelles lectures des œuvres. Cette nouvelle production de sens s'appuie en grande partie sur une requalification du fragment. La valeur de ce dernier naît du fonctionnement de l'Internet, de la circulation en apparence chaotique des morceaux d'œuvres sur les réseaux. Pour donner à voir cette production de la machine, le dispositif artistique, le plus souvent un bricolage sur mesure d'appareils technologiques, est relégué au second plan³³⁴.

À rebours de cette (re)valorisation du fragment, Aumont s'interroge, dans son livre *Montage*. « *La seule invention du cinéma* » (2015), sur la valeur des « clips » diffusés sur YouTube. Il y dénonce l'arbitraire de la découpe des séquences de films qu'il lie à une perte possible de sens. Aumont ne pointe pas la réduction de l'œuvre à certaines de

³³³ Parmi les propositions artistiques et en ce qui concerne le travail sur des corpus, *Dérives* (Émilie Brout et Maxime Marion, 2011) propose une vidéo infinie dans laquelle des extraits de films autour du thème de l'eau sont assemblés par un algorithme. La série *Illuminated Average* (2000-2009) de Jim Campbell expose, quant à elle, le résultat d'un traitement statistique de la luminosité de chaque plan dans les films *Psycho* et *Citizen Kane* notamment. Pour davantage d'exemples, voir Dejan Grba (2017).

³³⁴ C'est le cas pour *Pirate Cinema*, dont seul le fonctionnement général est décrit dans les textes d'accompagnement. On peut aussi évoquer les travaux de Ryoji Ikeda, ou encore ceux de Grégory Chatonsky, tous deux attachés à représenter la circulation des données numériques.

ses parties les plus significatives, mais bien l'absence d'intention présidant à cette extraction. S'il ne conteste pas les avantages du DVD, notamment la possibilité d'une lecture fragmentaire et analytique (2012), il observe que la circulation des images en réseau réduit leur valeur et conséquemment celle de leurs éventuels assemblages :

Nous sommes entrés dans une période où le règne de l'œil se voit contesté par celui de l'image, et où par conséquent le montage change de nature, puisqu'il ne s'agit plus tant de régler une succession de plans qu'une succession d'images. Or, si le plan est responsable envers la réalité, l'image n'est responsable que d'elle-même (2015, 99).

Il précise que ce passage du plan à l'image (cette dernière ne pointant plus en direction du monde vécu, mais uniquement en direction d'autres images ou vers le réseau lui-même) ne découle pas de l'avènement du numérique, mais d'une « mutation de la circulation sociale des images » (99). Dans un texte plus récent, il prolonge sa pensée. À ces clips découpés arbitrairement, « bouffées d'images mouvantes », manque, selon lui, un principe d'organisation en œuvre (2017, 78). De la distinction proposée par Aumont entre image et plan, on retiendra un double enjeu : éviter l'arbitraire dans le découpage des extraits ainsi que l'autoréférentialité à la circulation des images, au réseau. Il faut cependant reconnaître que ces deux écueils marquent également les assemblages produits en dehors du réseau ; sur une table de montage ou, désormais, à partir d'un ordinateur. Pensons à un vieux rêve de cinéphile : employer des moyens techniques pour constituer sa propre cinémathèque, ou plus précisément, produire un montage idéal à partir d'extraits de films jugés importants, voire incontournables³³⁵. Le

³³⁵ En 1954, André Bazin croit voir dans la télévision la possibilité d'un tel montage idéal. Dans un article au nom évocateur, « A-t-on le droit à la télévision de couper les films en morceaux ? » (Radio cinéma télévision 208, 10 janvier 1954), il écrit : « On a toujours rêvé, et généralement en vain, dans les ciné-clubs, de pouvoir composer des séances avec des fragments de films dont le rapprochement logique par analogie de sujets ou de styles, éclairerait tel aspect des œuvres, ou tel problème artistique du cinéma en général ». Les faibles coûts de la télévision, en comparaison de la projection en ciné-club, en font l'outil idéal. Quelques numéros plus tard, il nuance son propos en évoquant dans une note les problèmes liés aux droits d'auteur et les contacts nécessaires avec les producteurs de chaque film

résultat comportera sans doute sa part d'arbitraire, d'autoréférentialité ; au niveau de l'assemblage ou, plus sûrement encore, au niveau des fragments. Ceux-ci évoquent les œuvres dont ils sont extraits, une filmographie, un territoire de cinéma. Au-delà des divers éléments représentés, ils parlent aussi d'autres images, bref de cinéma. Même conduite par une intention pédagogique ou artistique, la sélection reste marquée par le choix de celui ou celle qui la produit, et est donc arbitraire – pourquoi extraire ce passage plutôt qu'un autre ?

Le statut du fragment en circulation sur le réseau ne fait pas consensus. Pour les uns, il garde la trace du fonctionnement du réseau et de son influence créative. Pour les autres, il ne renvoie qu'à celui-ci, défaisant au passage le lien entre les images et le monde qu'elles représentent. On le voit pourtant, les deux perspectives pointent vers le rôle joué par le réseau et, en particulier, la part de ces assemblages numériques échappant à l'humain. Dans un livre intitulé *Après le cinéma*, Grégory Chatonsky (2013) décrit un type d'image fragmentaire et en ligne, toujours déjà en réseau³³⁶. Le manque identifié par Aumont renvoie, dans cette perspective différente, à la nature réseautique des fragments et contribue à leur valeur d'évocation. Aumont nie la possibilité d'une manipulation signifiante des films par les mouvements de fragmentation/recomposition décrits précédemment. Ces réticences expliquent sans doute en partie le fait que les catalogues restent relativement frileux à intégrer explicitement les outils propres aux réseaux numériques à leur catalogue. Nous avons observé comment les services cinéphiles confient à d'autres la gestion des interfaces de mise en lien de la communauté des abonnés (services dédiés de forum ou de listes

(« Erratum à propos de l'usage des films à la télévision », *Radio cinéma télévision* 210, 24 janvier 1954).

³³⁶ Chatonsky s'interroge sur le devenir du montage dans le contexte du réseau et de la non-linéarité numérique. Les images qui circulent en ligne sont liées au réseau, car elles sont notamment repérées par le biais d'un moteur de recherche ou en suivant les « hyperliens » qui les relient entre elles.

de titres, réseaux socionumériques). Même principe du côté des propositions artistiques de remontage à partir de fragments de films, certains catalogues repèrent et présentent des mashups ou des anthologies créées par des fans ou par des artistes, mais ils n'en produisent pas eux-mêmes.

Quelle forme prend alors le *regard cinéma en ligne* offert par les catalogues ? Un regard porté par des paratextes de facture inégale, entre courtes accroches promotionnelles et textes critiques davantage travaillés. La teneur des contenus produits et de l'éditorialisation des titres s'oriente vers une cinéphilie éclectique qui se veut accessible au plus grand nombre. L'actualisation de l'expérience cinéma par les catalogues cinéphiles détourne la relation que le photogramme entretient avec l'œuvre dont il est extrait pour faciliter la mobilisation de cette dernière dans les tableaux de vignettes présentés. Sous les auspices de la médiation technique, on assiste à une lente (et saccadée) acculturation des audiences à l'intervention des algorithmes et des processus machiniques dans le classement et la curation des films. La présentation de ceux-ci gagne de la reprise de logiques de mise en visibilité empruntées au milieu de web : mise en exergue au sein de l'habillage graphique des pages, production de sélections thématiques par des programmeurs et des personnalités invitées à piocher dans les bases de données pour proposer leurs listes de films favoris. Point important à signaler ici, les programmations offertes reposent sur des titres réalisés par un petit nombre de réalisateurs classiques récurrents et de très nombreux autres artisans moins connus. La présence de ces classiques ainsi que d'autres œuvres faisant objet d'une couverture médiatique doit être soulignée. Elle marque une différence avec l'un des points communs aux offres de vidéo par abonnement dans les années 2000 et début 2010. Nous avons évoqué la pauvreté de l'offre des catalogues durant cette période alors qu'ils étaient cantonnés aux dernières fenêtres de diffusion des films. En partie par le rapprochement des différentes périodes de mise en marché des films, en partie par des stratégies d'acquisition et

même de participation à la production des films, les services cinéphiles dont nous étudions l'offre de visionnement ont réussi à diversifier leurs sélections pour aller chercher des titres bénéficiant de davantage de visibilité. De telles stratégies rencontrent malheureusement deux écueils qui dépendent de l'évolution de l'état des forces sur le marché de la vidéo par abonnement et de l'accélération de celui-ci au cours de l'année 2020. D'une part, les grands distributeurs constituent chacun à leur tour leur propre service de diffusion en ligne des films. Les droits de licence pour les films primés en festival risquent d'être plus difficiles à obtenir pour les petits joueurs. D'autre part, l'arrivée des blockbusters hollywoodiens au marketing calibré en vue de leur sortie simultanément en salle et en ligne va peser lourd sur ces logiques de mise en visibilité des contenus.

Face à la nouvelle donne provoquée par la pandémie de coronavirus, il est incontestablement très difficile de se projeter dans l'avenir des catalogues cinéphiles de vidéo par abonnement. On peut néanmoins identifier deux atouts possédés par ceux-ci. En premier lieu, leur nature prototypale et leur adaptabilité constituent des avantages en regard des grandes mutations du marché de la diffusion en ligne déjà évoquées et ce malgré le fait qu'une telle capacité d'adaptation se donne en contrepartie de la relative fragilité des services. Il s'agit là d'un aspect propre aux objets eux-mêmes. En second lieu, et cette fois selon une caractéristique des objets mais aussi de notre manière de les observer, leur grande diversité doit être relevée. Inspiré par la méthode de *dissociation systématique* de Foucault³³⁷, nous avons choisi de rapporter quelques traits communs aux différentes offres de regard étudiées en insistant d'égale manière sur ce qui les différencie. À ce titre, les programmations proposées, qu'elles soient succinctes ou pléthoriques, s'accompagnent parfois d'un important travail d'éditorialisation ou au contraire se limitent à quelques textes

³³⁷ Voir la section *Notion d'émergence et considérations historiographiques* de notre problématique.

d'accroche. Le recours aux algorithmes de recommandation et à des systèmes de manipulation des titres de la base de données varie également beaucoup. Ces différents choix découlent d'orientations variées selon les finalités des catalogues : promotion de la culture sans but lucratif, mission parapublique, objectifs commerciaux. La diversité des propositions représente un atout au sens où les expérimentations des uns peuvent être reprises par les autres ou servir d'exemple à ne pas suivre.

5.2 Brève mise en perspective à l'aide de la télévision et du vidéogramme

Finalement, les changements récents dans la diffusion du cinéma induisent une dernière difficulté. Nous souhaitons mettre en perspective le *regard cinéma en ligne* en le comparant avec certains éléments tirés de la circulation des films sur vidéogramme et à leur diffusion à la télévision au moment de l'émergence de cette dernière. Un écart semble se glisser dans la nature de la relation qu'entretient le streaming avec l'exploitation en salle. Le succès de l'entreprise Netflix illustre comment la diffusion en continu tente de se substituer à la projection des films en salle commerciale, et cette tendance semble s'accélérer avec la pandémie. Auparavant la vidéo domestique et la télévision se donnaient plutôt en complément de la présentation des films en salle, et ce malgré les tensions dont l'histoire de ces modes de consommations des films garde la trace.

À considérer les relations entre le cinéma et la télévision durant les années 1950, on pourrait s'arrêter sur le constat d'une lente amélioration des rapports entre, d'un côté, l'industrie cinématographique qui voit ses profits s'effriter et, de l'autre, un média

émergeant qui peine à assurer la réussite de ses premiers entrepreneurs³³⁸. À l’instar des premiers temps de la diffusion en ligne du cinéma, cette relation débute sous de sombres auspices. Les grands studios américains voient d’un mauvais œil le nouveau média télévisuel (Paci 2013). Si certains d’entre eux se lancent dans des investissements ou des expérimentations à la télévision³³⁹, ils se heurtent à de nombreux obstacles. On peut nommer parmi les plus marquants : le mécontentement de la part des exploitants de salle, les faibles revenus publicitaires dégagés par la diffusion télé de leurs films et les réglementations antitrust (notamment de la Federal Communications Commission - FCC) (Boddy 1990). Les réseaux de télévision naissants, quant à eux, sont issus des grandes compagnies de radiodiffusion (NBC, CBS, ABC). Ils s’orientent vers la programmation en direct, sans que cette particularité leur permette toutefois d’échapper à l’influence des studios. Méfiants, ceux-ci refusent de céder les droits des récits à succès (Kraszewski 2008). Pourtant, les deux médias ont besoin l’un de l’autre. Parallèlement aux émissions diffusées en direct, les *network* doivent combler les trous de leurs grilles horaires avec du contenu préenregistré (Wasko 2003). Les majors finissent par leur vendre des pans entiers de leurs catalogues³⁴⁰. Entre le recyclage de ces vieilles bobines et la production de téléfilms par les studios³⁴¹, la télévision et l’industrie du cinéma vont établir une dépendance réciproque.

³³⁸ Le passage suivant reprend et adapte une partie de notre chapitre intitulé *Quand la télévision libère le cinéma* (Bonnard 2017).

³³⁹ Paramount développe un système de diffusion du cinéma dans des salles reliées par un réseau câblé, littéralement du cinéma en *télé-vision* (Sauvaget 2002).

³⁴⁰ Jusqu’en 1954, les films tournés après 1948 font l’objet d’un conflit entre les studios et les syndicats des artisans du film. Les offres de la télévision ne font pas le poids face aux recettes des entrées en salle, même déclinantes. Le marché des *reissue*, le ‘recyclage’ en salle de vieux films à succès, lui fait concurrence. La majorité des films diffusés à la télévision dans les années 1950 sont des vieux films, des films de série B, des productions étrangères (britannique) et quelques téléfilms, *made for television*. En France aussi, avant les années 1960, 30% à 40% des films diffusés à la R.T.F. ont plus de dix ans. Sur ce sujet, on consultera notamment : (Lafferty 1990; Hoyt 2014; Davis 2008). Et pour le cas français (Gras 2002).

³⁴¹ La fin des années 1950 voit l’arrivée des studios dans ce secteur de la production audiovisuelle, auparavant occupé par de petits producteurs indépendants.

Progressivement, les majors vont céder leurs catalogues, soit en échange d'espace publicitaire, soit en faisant l'acquisition de parts dans les réseaux télévisuels. C'est donc en partie à la faveur d'un changement dans le financement des programmes TV par la publicité que des films plus récents vont commencer à circuler sur les ondes télévisuelles. John Sedgwick (2005) constate cependant qu'il faudra attendre la généralisation de la programmation couleur à la fin des années 1960 pour que la TV commence à contribuer de manière significative au budget des films.

Viva Paci dans son article « De la conservation involontaire, dans le royaume de la consommation. Les films des Studios et la télévision » (2013) lie la situation des années 1950 à un concept des théoriciens de l'économie politique de la communication. Celui-ci décrit la reprise par un média émergeant du contenu produit par un autre média. Cette reprise en plus de garnir les ondes du nouveau système médiatique en constitue les fondements. Les longs métrages des catalogues des studios hollywoodiens ont joué un rôle crucial dans les premiers temps du média télévisuel. « It is clear that, at least by the mid-1960s television was heavily dependant on Hollywood produced programming and Hollywood had become dependant on television as a crucial source of revenues » (Wasko 2003). Au niveau macroéconomique, cette diversification des productions constitue l'une des prémises des conglomérats médiatiques que nous connaissons aujourd'hui. Au cours de la période qui nous intéresse, le média télévisuel naissant a cependant repris massivement les contenus de l'industrie du film pour nourrir son développement. Au regard de la complémentarité qui s'installe relativement rapidement entre les deux médias, la situation du streaming semble différente. Si la relation entre la télévision et le cinéma dans les années 1950 et 1960 n'est pas exempte de rivalité et de méfiance, on assiste au passage de contenus, mais aussi de techniques et d'artisans d'un univers à l'autre. C'est également le cas en 2020. Par contre, un peu comme si la substitution qui débouchait à un niveau micro sur la modification de la relation entre le

photogramme et le film était rejouée à plus large échelle entre les industries de la culture et celle de la communication, ce passage semble davantage tenir d'un remplacement. Il est difficile de ne pas voir une volonté de supplanter l'étape traditionnelle de la projection en salle, de ne plus produire d'abord en vue de montrer les films sur grand écran lorsque l'on prend connaissance des discours récents des majors et de certains de nos catalogues.

Du côté de la circulation des films sur vidéogramme et plus particulièrement des liens que la vidéo par abonnement cinéphile entretient avec les distributeurs de coffret DVD. Nous avons mentionné l'expérience esthétique associée à la qualité des images reproduites par leur intermédiaire et à la richesse des contenus livrés en accompagnement des copies numériques (Elkins 2016). Là encore, bien que l'offre de visionnement doive beaucoup à la forme du coffret DVD (bonus et paratextes cinéphiles et/ou savants), la tension entre la reprise de cette forme et les nécessités induites par la présentation d'un grand nombre de titres au sein du milieu du web tend à faire pencher la balance vers l'uniformisation et l'optimisation de la mobilisation des films. Selon notre lecture, une telle tendance à l'optimisation de l'esthétique des catalogues contribue à produire un *milieu*, un plan d'intelligibilité selon la formule de Terranova, qui influence leur réception. Nous avons vu qu'un facteur de perpétuation du cinéma réside dans la capacité de la mémoire qui le soutient à se reformuler, à perpétuellement se reconstruire. Que ces mouvements de remémoration et de reconstruction concernent la mémoire individuelle d'une projection passée ou celle collective d'un ciné-club, d'un forum ou d'un cercle d'échange de vidéos, ils permettent au cinéma de franchir les moments de rupture, bien sûr, mais aussi de s'adapter progressivement au passage du temps. Pensons aux mises en visibilité sélectives de nos catalogues qui choisissent d'éclairer certains courants ou périodes de son histoire pour mieux faire résonner les enjeux du présent. Dans ce constant mouvement de reconstruction de la mémoire cinéma, la circulation des DVD, légale

ou parallèle qu'elle fut, a joué un rôle crucial. La vidéo cinéophile contribue bien sûr à ce mouvement, mais la forme prise par les catalogues tend à limiter les possibilités d'appropriation par les abonnés et, finalement, leur capacité à habiter ces espaces de *relocalisation* du cinéma. C'est donc en tant que point de passage des films que les catalogues influencent leur circulation. Il faut alors, une dernière fois, réinscrire leur proposition de regard cinéma dans un plus large dessein, la mobilisation des films sur le web. Bruno Latour s'interrogeant sur la manière de *capitaliser* les ressources du monde écrivait dans la conclusion de son article *Les « vues de l'esprit »* (1985) :

Il faut inventer des dispositifs qui mobilisent les objets du monde, maintiennent leur forme et puissent s'inspecter du regard. Il faut surtout que toutes ces formes puissent se combiner à loisir et se retravailler de telle sorte que celui qui les accumule dispose d'un surcroît de pouvoir. Alors, et alors seulement, certains points deviennent des centres capables de dominer sur une grande échelle (57-58).

À la lumière du projet des grandes majors de faire de l'Internet un marché stable et lucratif, les catalogues, bien que proposant leur propre voie de *relocalisation* du cinéma, travaillent, en partie certes contre leur gré, à une telle concentration de l'héritage cinématographique par la mobilisation des films. Ce faisant, ils accomplissent la vision de l'industrie et des grands studios d'une offre de visionnement en ligne légale et policée.

CONCLUSION

Les catalogues cinéphiles jouent incontestablement un rôle dans la migration des films de longs métrages sur le web. Nous avons vu les enjeux entourant la reprise des constituants du dispositif cinématographique dans l'offre de visionnement qu'ils proposent, et tout particulièrement la dépendance à la salle de cinéma comme moteur de la circulation d'une manière de donner à voir. Deux pistes d'exploration complémentaires peuvent être évoquées. Elles découlent toutes deux des caractéristiques mises au jour par notre recherche. En observant les articulations du regard cinéma en ligne nous avons mis en évidence l'ensemble des relations qui se tissent entre les mécanismes composant les objets techniques concernés, la spectatrice et la place que lui accorde la machine, les discours et les imaginaires associés à l'expérience de visionnement. La première piste concerne les représentations aujourd'hui associées au cinéma et la forme de l'*innervation*, la manière avec laquelle les *appareils* s'intègrent dans le collectif tel qu'abordé précédemment. Lorsque le regard cinéma s'actualise en ligne, le milieu du web partage avec le cinéma certaines de ces caractéristiques. Ici, il convient de songer à la capacité de reprise du web, sa propension à remettre en circulation des formes médiatiques passées tout en les désamorçant³⁴². Les catalogues cinéphiles proposent d'anciens titres qu'ils mettent au goût du jour en les éditorialisant. Dans le foisonnement de l'offre des catalogues, certains films comportent des représentations marquées par le contexte entourant leur

³⁴² Voir les travaux de Charles Acland et Will Straw convoqués à la fin de la section *Aux sources de la communication, un milieu*.

production. Le positionnement des catalogues, orienté vers un cinéma de répertoire et la présentation de films classiques, les conduit à se confronter à certains traits du passé éventuellement contenus dans ces œuvres : sexisme, stéréotypes racistes et vision coloniale de l'Autre, par exemple. Le problème déborde les paramètres de notre recherche. Il touche plus largement la circulation des longs métrages en ligne et a conduit les géants de la vidéo par abonnement à déployer des stratégies de parade, que l'on peut qualifier de minimales, sous la forme d'avertissements précédant le visionnement. À partir de nos observations, il semble néanmoins intéressant de poursuivre l'exploration des formes d'appropriation des films promues par les catalogues. Le ton et la portée des paratextes proposés, la cinéphilie déployée autour du visionnement, semblent en effet pouvoir participer à la recherche de la bonne distance à prendre envers ces œuvres.

La seconde piste d'exploration complémentaire concerne le lien entre les mécanismes de la projection cinématographique et les imaginaires qui les accompagnent. Elle poursuit l'exploration de l'acculturation des audiences au travail des algorithmes en souhaitant mettre en perspective la médiation technique ayant cours dans le regard cinéma en ligne. Il s'agit de replacer la diffusion web du cinéma dans l'histoire de l'automatisation. La volonté d'automatiser sa diffusion accompagne en effet l'histoire du cinéma. Les discours et les imaginaires entourant les technologies d'automatisation de la projection et de la diffusion donnent l'occasion de réinscrire les offres contemporaines de visionnement en ligne du cinéma dans le temps long de l'histoire des techniques cinématographiques.

ANNEXE A

GRILLE DE LECTURE DES CATALOGUES CINÉPHILES

- ❖ Préservation des premières impressions
 - « *Look and feel* », rapide évaluation du genre de site web et des objectifs de ce dernier
 - Première réaction affective à la présentation des contenus
- ❖ Inventaire des aspects saillant et des sections
 - Caractéristiques et attributs des différentes sections
 - Sections de contenu principales et quantification
 - Thématiques et caractéristiques absentes
- ❖ Analyse en profondeur du contenu et des choix formels
 - Analyse intramodale
 - ◆ Signifiant verbaux/écrits
 - Les différentes thématiques, c'est-à-dire les manières de se positionner : repérer les tournures, les types d'adresse, la présence d'humour, l'utilisation d'un langage soutenu, etc. (Alvin 2016)
 - Cela permet d'inférer : les audiences attendues, les logiques de distinction à l'œuvre
 - ◆ Signifiants typographiques
 - Propriétés visuelles des textes

- Choix des polices, couleurs, rappels et renvois esthétiques
- ◆ Types et signification des représentations visuelles
 - Graphiques, images, dessins, symboles, icônes
 - Aspect matériel des images et des vidéos (résolution, formats, compression, langages et infrastructures mises à contribution – Infonuagique, base de données, etc.)
- ◆ Mise en page, habillage graphique et design
 - Structure de la page
 - *Masthead*, menu de navigation, cadres, zones de contenu, cartouche de signature
 - Organisation spatiale des zones de contenu
 - Répartition des contenus : Haut/bas, gauche/droite, etc.
 - Maquette graphique traditionnelle (presse écrite), web, etc. (Knox 2007)
- ◆ Ce qui attire, dirige et invoque une certaine réponse de l'utilisateur (*interpersonal meaning* – appel d'une certaine relation entre le lecteur, le contenu, l'auteur) (Djonov & Knox 2014)
 - Structure rigide ou lâche
 - Thèmes, palette de couleur, utilisation de colonne et de cadre, arrière-plan, balance spatiale (symétrie, structure horizontale, verticale ou diagonale)
 - Trois variables : *stasis* (plus ou moins proche de l'impression papier), *shape* et *space*, qui renvoient à l'impression donnée par la présentation (Djonov & Knox 2014)
 - Reprise des contenus, dans une bannière, par exemple (Adami 2015)
- ◆ Interactivité, c'est-à-dire « *affordance of a text of being acted (up)on* » (Adami 2015)

- Liens, bouton, champ de recherche (forme, action, effets de signe et sites d'action)
- Modifier le texte
- ◆ Choix d'une maquette graphique et de modules préexistants
 - Importance de l'influence du canevas sur la présentation des contenus
- Multimodalité
 - ◆ Relation entre les éléments linguistiques, visuels et auditifs
 - ◆ Dans l'espace de la page et dans le temps
 - ◆ Saillance et méthode de mise en avant des contenus : cadrage et composition
 - ◆ Texte d'accroche
 - ◆ En-tête, contenu placé avant le pli (ce qui apparaît au moment du chargement de la page), *scroll* et temporalité de la navigation à l'intérieur de la page (Knox 2007)
 - ◆ Contenu en mouvement – automatique ou 'set in motion' (Djonov & Knox 2014)
 - ◆ Relation entre la mise en page et les éléments de contenu
 - ◆ Forme de la taxonomie proposée (s'il y a lieu) (Knox 2007)
- ❖ Circulation
 - Contenus repris ou originaux
 - Organisation des sections et enchâssement hiérarchique
 - ◆ Nombre de cliques/pages avant l'accès au contenu
 - ◆ Mécanisme de contrôle
 - ◆ Interaction
 - Formes de partage des contenus proposées
 - Possibilité de communiquer avec les autres abonnés (forum, commentaires, etc.)

- Navigation
 - ◆ Parmi les sections
 - Première impression
 - Liens verticaux (à l'intérieur d'une même section) ou horizontaux (entre les sections)
 - Liens extérieurs – « affordance of digital texts of giving access to a network of other texts, enabling readers to 'travel' (Lemke 2002) from one text to another through the use of hyperlinks » (Adami 2015 : 135).
 - Barre de navigation récurrente
 - *Breadcrumbs trail*
 - Possibilité de retour
 - ◆ Dans le catalogue
 - Formes des cheminements possibles et construction d'un parcours individualisé - *pathways* (Lemke 2002)
 - Navigation horizontale (vidéos reliées, etc.)
 - Recours aux algorithmes et aux systèmes de recommandation
- ❖ Analyse contextuelle
 - Entreprise / organisations responsables
 - Audience
 - Origine des films
 - Conditions d'utilisation et indications légales
 - Gestion des droits d'auteur
 - Contraintes matérielles

ANNEXE B

EXEMPLE DE CAPTURE D'UNE PAGE D'ACCUEIL SUNDANCE NOW (AVRIL 2018)

The screenshot shows the Sundance Now homepage. At the top, there is a navigation bar with the Sundance Now logo, links for 'Films', 'Docs', 'Series', and 'Collections', and 'Sign Up' and 'Login' buttons. The main hero section features a woman floating in a pool with the text 'Unlimited Streaming Endless Entertainment' and a 'Start Your Free Trial' button. Below this is a 'FEATURED IN' section with logos for DECIDER, IndieWire, THE NEW YORKER, The New York Times, Entertainment, theguardian, VARIETY, and VOGUE. The next section is titled 'Discover Independent, Inspiring, and Influential Films and Series on Sundance Now' and contains three icons: 'UNCUT' (Dramas, comedies, miniseries, and more. All uncut. All unforgettable.), 'UNINTERRUPTED' (Unlimited access to stream ad-free on all your favorite devices.), and 'UNPARALLELED' (The Sundance name says it all. Great films. Eye-opening docs. Addicting series.). Below this is the text 'Stream more. Experience More. Join Sundance Now.' and an image of a TV set with a remote and a tablet displaying 'PUBLIC ENEMY'. The text 'Plans starting at \$4.99/month' and a 'Get Started' button are also present. The footer includes a 'JOIN SUNDANCE NOW' button, social media icons, and links for 'About Terms', 'Support Privacy', and 'Where to Watch Cookies', along with the Sundance Now logo and copyright information.

SUNDANCE NOW Films Docs Series Collections Sign Up Login

Unlimited Streaming
Endless Entertainment
Watch for 7 days free across all your favorite devices
[Start Your Free Trial](#)

FEATURED IN

DECIDER IndieWire THE NEW YORKER
The New York Times Entertainment theguardian VARIETY
VOGUE

Discover Independent, Inspiring, and Influential Films and Series on Sundance Now

UNCUT
Dramas, comedies, miniseries, and more. All uncut. All unforgettable.

UNINTERRUPTED
Unlimited access to stream ad-free on all your favorite devices.

UNPARALLELED
The Sundance name says it all. Great films. Eye-opening docs. Addicting series.

Stream more. Experience More.
Join Sundance Now.

PUBLIC ENEMY

Plans starting at \$4.99/month

[Get Started](#)

[JOIN SUNDANCE NOW](#)

FOLLOW US

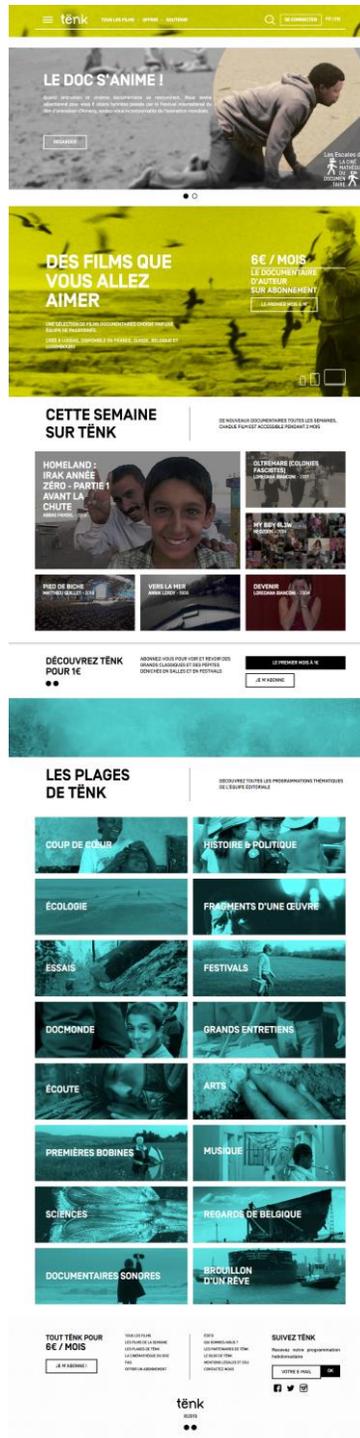
2017-2018. Engage Media, LLC

About Terms Support Privacy Where to Watch Cookies

SUNDANCE NOW

ANNEXE C

EXEMPLE DE CAPTURE
TÈNK (JUN 2019)



RÉFÉRENCES

- Acland, Charles R. 2007. « Introduction ». In *Residual Media*, édité par Charles R. Acland, xiii-xxvii. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Adami, Elisabetta. 2015. « What's in a click? A social semiotic framework for the multimodal analysis of website interactivity ». *Visual Communication* 14 (2): 133-53. <https://doi.org/10.1177/1470357214565583>.
- Adams, Val. 1950. « Where old TV films come from ». *The New York Times*, 11 juin 1950.
- Agamben, Giorgio. 2005. « Éloge de la profanation ». In *Profanations*, 95-122. Paris: Payot & Rivages.
- Akrich, Madeleine. 1993. « Les formes de la médiation technique ». *Réseaux* 60: 87-98.
- Albera, François. 2003. « Restaurez, restaurez, il en restera toujours quelque chose... » *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze* 40: 89-101.
- . 2012. « Le cinéma projeté ». *Intermédialités: Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, n° 20. <https://doi.org/10.7202/1015084ar>.
- Albera, François, Laurent Le Forestier, et Benoît Turquety. 2013. « De la terre à la lune ». *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze* 69: 95-135.
- Albera, François, et Maria Tortajada. 2004. « L'Épistémè "1900" ». In *Le Cinématographe, nouvelle technologie du XXe siècle*, édité par André Gaudreault, Catherine Russell, et Pierre Véronneau, Payot, 45-62. Lausanne.
- . 2011. *Ciné-dispositifs. Spectacles, cinéma, télévision, littérature*. Lausanne: l'Âge d'Homme.
- Allard, Laurence. 2000. « Cinéphiles, à vos claviers ! Réception, public et cinéma ». *Réseaux* 18 (99): 131-68. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2198>.

- Allen, Robert Clyde. 2011. « Reimagining the history of the experience of cinema in a post-moviegoing age ». In *Explorations in new cinema history: approaches and case studies*, édité par Richard Maltby, Daniel Biltereyst, et Philippe Meers, 41-57. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Alvin, Leong Ping. 2016. « The thematic structure of homepages: An exploratory systemic-functional account ». *Semiotica* 2016 (210). <https://doi.org/10.1515/sem-2016-0048>.
- Anderson, Chris. 2012. *La longue traîne : quand vendre moins, c'est vendre plus*. Paris: Flammarion.
- Andrew, Dudley. 2010. *What cinema is!: Bazin's quest and its charge*. Chichester, U.K. / Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Archer, John. 2018a. « Apple is deleting bought films from itunes accounts - and don't expect a refund ». *Forbes*. 13 septembre 2018. <https://www.forbes.com/sites/johnarcher/2018/09/13/apple-is-deleting-bought-films-from-itunes-accounts-and-dont-expect-a-refund/>.
- . 2018b. « Apple responds to disappearing iTunes movie purchases issue ». *Forbes*. 17 septembre 2018. <https://www.forbes.com/sites/johnarcher/2018/09/17/apple-responds-to-disappearing-itunes-movie-purchases-issue/?sh=5b649fe872b6>.
- Aumont, Jacques. 2012. *Que reste-t-il du cinéma ?* Paris: Vrin.
- . 2015. *Le montage « la seule invention du cinéma »*. Paris: Vrin.
- . 2017. « Le temps bouclé ». *Trafic*, n° 103: 77-86.
- Badir, Semir. 2017. « Enjeux de la notion de genre en sémiotique ». *Semiotica* 2017 (219): 417-34. <https://doi.org/10.1515/sem-2017-0062>.
- Bardini, Thierry. 1996. « Changement et réseaux socio-techniques : de l'inscription à l'affordance ». *Réseaux* 14 (76): 125-55. <https://doi.org/10.3406/reso.1996.3715>.
- Barnes, Brooks. 2020. « Disney+ passes 73 million subscribers as streaming takes center stage ». *The New York Times*, 12 novembre 2020. <https://www.nytimes.com/2020/11/12/business/media/disney-plus-73-million-subscribers.html>.

- Barraclough, Leo. 2011. « VOD growth gives distribs fresh hope ». *Variety*, 2011.
- Baudry, Jean-Louis. 1975. « Le dispositif ». *Communications* 23 (1): 56-72. <https://doi.org/10.3406/comm.1975.1348>.
- Belloï, Livio. 2001. *Le regard retourné: aspects du cinéma des premiers temps*. Québec / Paris: Nota Bene / Méridiens Klincksieck.
- Bellour, Raymond. 2012. *La querelle des dispositifs: cinéma, installations, expositions*. Paris: P.O.L.
- Benjamin, Walter. 1985. « Central Park ». Traduit par Lloyd Spencer et Mark Harrington. *New German Critique*, n° 34: 32-58. <https://doi.org/10.2307/488338>.
- . 2000a. *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique (Version de 1939)*. Paris: Gallimard.
- . 2000b. « Petite histoire de la photographie [1931] ». In *Oeuvres, tome 2*, 295-321. Paris: Gallimard.
- . 2000c. « Sur le langage en général et sur le langage humain [1916] ». In *Oeuvres, tome 1*, 142-65. Paris: Gallimard.
- . 2000d. « Sur quelques thèmes baudelairiens [1940] ». In *Oeuvres, tome 3*, 329-90. Paris: Gallimard.
- Benson-Allott, Caetlin. 2013. *Killer tapes and shattered screens: Video spectatorship from vhs to file sharing*. Berkeley: University of California Press.
- Besser, Howard. 2013. « Communities of interest unite to save films ». In *L'avenir de la mémoire*, édité par André Habib et Michel Marie, 181-90. Lille: Presses Universitaires du Septentrion.
- Besson, Rémy. 2014. « Prolégomènes pour une définition de l'intermédialité à l'époque contemporaine ». <hal-01012325v2>.
- « BFI Player partners with regional cinemas to serve audiences at home ». 2020. Screen Scotland. 15 avril 2020. <https://www.screen.scot/news/2020/4/bfi-player-partners-with-regional-cinemas-to-serve-audiences-at-home>.

- Blanchette, Jean-François. 2011. « A material history of bits ». *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 62 (6): 1042-57. <https://doi.org/10.1002/asi.21542>.
- Blondeau, Olivier, et Laurence Allard. 2007. *Devenir média : l'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Paris: Editions Amsterdam.
- Boddy, William. 1990. *Fifties television: the industry and its critics*. Urbana: University of Illinois Press.
- Boltanski, Luc, et Eve Chiapello. 2012. *Le nouvel esprit du capitalisme*. 380. Paris: Gallimard.
- Bond, Paul. 2019. « One fee for Netflix, Amazon and Hulu? Digital TV re-bundling gains momentum ». *The Hollywood Reporter*. 10 janvier 2019. <https://www.hollywoodreporter.com/news/one-fee-netflix-amazon-hulu-digital-tv-bundling-gains-momentum-1174725>.
- Bonnard, Martin. 2016. « La galaxie cinéma : migration et retour à la salle. Francesco Casetti, *The Lumière Galaxy: Seven Key Words for the Cinema to Come*, New York, Columbia University Press, 2015, 293 p ». *Cinémas: Revue d'études cinématographiques* 26 (2-3): 229. <https://doi.org/10.7202/1039374ar>.
- . 2017. « Quand la télévision libère le cinéma ». In *Une télévision allumée : les arts dans le noir et blanc du tube cathodique*, édité par Viva Paci, 77-97. Paris: Presses universitaires de Vincennes.
- . 2018. « (Re)monter le cinéma sur le web ». *Cinémas: Revue d'études cinématographiques* 28 (2-3): 93. <https://doi.org/10.7202/1067495ar>.
- Bordina, Alessandro, Philippe Dubois, et Lucia Ramos Monteiro, éd. 2009. *Oui, c'est du cinéma / Yes, It's Cinema. Formes et espaces de l'image en mouvement / Forms and Spaces of the Moving Image*. Pasion di Prato: Campanotto Editore.
- Bouquillion, Phillippe. 2012. « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication ». *Revue française des sciences de l'information et de la communications* 1.
- Bourdaa, Mélanie. 2012. « « Taking a break from all your worries » : Battlestar Galatica et les nouvelles pratiques télévisuelles des fans ». *Questions de communication*, n° 22: 235-50. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.6917>.

- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris: Editions de minuit.
- Broderick, Peter. 2008. « Welcome to the new world of distribution ». IndieWire. 16 septembre 2008. <https://peterbroderick.com/contact/press/files/Welcome%20to%20the%20New%20World.pdf>.
- Bromberg, Serge. 2012. « Le Voyage dans la Lune : Une restauration exemplaire ». *Journal of Film Preservation* 87: 11-16.
- Busse, Kristina, et Jonathan Gray. 2011. « Fan cultures and fan communities ». In *The handbook of media audiences*, édité par Virginia Nightingale, 425-43. Chichester, U.K. / Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Bustamante, Enrique. 2004. « Cultural industries in the Digital Age: Some provisional conclusions ». *Media, Culture & Society* 26 (6): 803-20.
- Callon, Michel. 1986. « Éléments pour une sociologie de la traduction: La domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc ». *L'Année sociologique* 36: 169-208.
- Candel, Étienne, Valérie Jeanne-Perrier, et Emmanuel Souchier. 2012. « Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures ». In *L'économie des écritures sur le web*, édité par Jean Davallon, Hermès-Lavoisier, 165-201. halshs-01709086.
- Cardon, Dominique. 2015. *A quoi rêvent les algorithmes : nos vies à l'heure des big data*. La République des idées. Paris: La République des idées : Seuil.
- . 2019. *Culture numérique*. Paris: Les Presse de Sciences Po.
- Carou, Alain. 2003. « Quel avenir pour un patrimoine numérique ? » 1895. *Mille huit cent quatre-vingt-quinze* 41: 209-15.
- Casemajor, Nathalie. 2014. « Matérialisme numérique et trajectoires d'objets : les artefacts numériques en circulation ». *French Journal For Media Research*, n° 1: 1-18.
- Casetti, Francesco. 2009. « Filmic experience ». *Screen* 50 (1): 56-66. <https://doi.org/10.1093/screen/hjn075>.

- . 2011. « Cinema lost and found: Trajectories of relocation ». *Screening the Past*, n° 32: [n.p.].
- . 2012. « The Relocation of cinema ». *NECSUS. European Journal of Media Studies*, n° 2: [n.p.].
- . 2015. *The Lumière galaxy: Seven key words for the cinema to come*. New York: Columbia University Press.
- Celik, Tantek. 2010. « What is the open web ? » 2010.
- Chantpie, Philippe. 2016. « Mégadonnées culturelles : défis juridiques et enjeux réglementaires ». Présenté à Actes du colloque international sur la mesure des produits culturels numériques, Montréal.
- Cherchi Usai, Paolo. 2001. *The death of cinema: History, cultural memory and the digital dark age*. London: British Film Institute.
- Chun, Wendy Hui Kyong. 2008. « The enduring ephemeral, or the future is a memory ». *Critical Inquiry* 35 (1): 148-71. <https://doi.org/10.1086/595632>.
- Clair, René. 1951. « Television and cinema ». *Sight and Sound* 19 (9): 372.
- Comolli, Jean-Louis. 1980. « Machines of the Visible ». In *The Cinematic Apparatus*, édité par Teresa De Lauretis et Stephen Heath, 121-42. New York: St. Martin's Press.
- . 2009. *Cinéma contre spectacle ; suivi de « Technique et idéologie » (1971-1972)*. Lagrasse: Verdier.
- Comolli, Jean-Louis, et Jean Narboni. 1969. « Cinéma/idéologie/critique [en deux parties] ». *Cahiers du cinéma*, n° 216-117 (novembre): 11-15 et 7-13.
- Cosandey, Roland, et Jacques Malthête. 2012. « *Le Voyage dans la Lune* (Lobster Films / Georges Méliès, 2011) : Ce que restaurer veut dire ». *Journal of Film Preservation* 87: 7-10.
- Cousin, Capucine. 2018. *Netflix & cie: les coulisses d'une (r)évolution*. Armand Colin. Malakoff.
- Coyle, Jake. 2016. « FilmStruck aims to bring the art house into your living room ». AP NEWS. 14 octobre 2016. <https://apnews.com/article/d8969d8aad0e459e8340ee2e951d0ad5>.

- Crary, Jonathan. 1992. *Techniques of the Observer: On Vision and Modernity in the Nineteenth Century*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Crisp, Virginia. 2015. *Film Distribution in the Digital Age*. London: Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137406613>.
- . 2018. « Release groups & the scene: Re-intermediation and competitive gatekeepers online ». In *Re-intermediation: distribution, online access, and gatekeeping in the digital European market*, édité par Stefano Baschiera, Francesco Di Chiara, et Valentina Re, 67-80. Mimesis.
- Cubitt, Sean. 2002. « Spreadsheets, sitemaps and search engines: Why narrative is marginal to multimedia and networked communication, and why marginality is more vital than universality ». In *New Screen Media: Cinema/Art/Narrative*, édité par Martin Rieser et Andrea Zapp, 1-13. London: BFI.
- . 2005. « Distribution and Media Flows ». *Cultural Politics* 1 (2): 193-213.
- . 2014. *The practice of light: A genealogy of visual technologies from prints to pixels*. Leonardo book series. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Cunningham, Stuart, et Jon Silver. 2012. « On-line Film Distribution: Its history and global complexion ». In *Digital Disruption: Cinema Moves On-Line*, édité par Dina Iordanova et Stuart Cunningham. Saint Andrews, UK: St Andrews Film Studies.
- Cunningham, Stuart, Jon Silver, et John McDonnell. 2010. « Rates of change: Online distribution as disruptive technology in the film industry ». *Media International Australia*, n° 136: 119-32.
- Currah, Andrew. 2007. « Hollywood, the Internet and the World: A Geography of Disruptive Innovation ». *Industry & Innovation* 14 (4): 359-84. <https://doi.org/10.1080/13662710701523983>.
- Dagrada, Elena. 2014. *Between the eye and the world: The emergence of the point-of-view shot*. Brussels: Peter Lang.
- Daney, Serge. 2001. « Fonction critique (I-IV) [Cahiers du cinéma, 1974] ». In *Critique et cinéphilie*, édité par Antoine de Baecque. Paris: Cahiers du cinéma.

- Davis, Blair. 2008. « Small screen, smaller pictures: Television broadcasting and b-movies in the early 1950s ». *Historical Journal of Film, Radio and Television* 2 (28): 219-38.
- De Baecque, Antoine. 2001. *Critique et cinéphilie*. Petite anthologie des Cahiers du cinéma (VI). Paris: Cahiers du cinéma.
- Delaporte, Chloé. 2019. « La médiation générique des contenus cinématographiques sur les plateformes de vidéo à la demande ». *Réseaux* 5 (217): 151-84. <https://doi.org/10.3917/res.217.0151>.
- Delavaud, Gilles. 2002. « André Bazin, critique de la télévision ». In *L'oeil critique : le journaliste critique de télévision*, édité par Jérôme Bourdon et Jean-Michel Frodon, 47-56. Bruxelles / Paris: De Boeck / INA.
- . 2007. « Penser la télévision avec le cinéma ». *Cinémas: Revue d'études cinématographiques* 17 (2-3): 73-95. <https://doi.org/10.7202/016751ar>.
- Delcroix, Geoffrey, Olivier Desbief, et Lucie Le Moine. 2015. « Les données, muses et frontières de la création. Lire, écouter, regarder et jouer à l'heure de la personnalisation ». *Cahiers IP. Innovation & prospective*, n° 3.
- Deleuze, Gilles. 2003. « Post-scriptum sur les sociétés de contrôle ». In *Pourparlers 1972 - 1990*, 240-47. Paris: Les éditions de Minuit.
- Deleuze, Gilles, et Félix Guattari. 1972. *Capitalisme et schizophrénie 1 - Anti-Œdipe*. Paris: Editions de Minuit.
- . 1980. *Capitalisme et schizophrénie 2 - Mille plateaux*. Paris: Editions de Minuit.
- Déotte, Jean-Louis. 2005. *Appareils et formes de la sensibilité*. Paris: Éditions l'Harmattan.
- . 2007. *Qu'est-ce qu'un appareil? : Benjamin, Lyotard, Rancière*. Paris: L'Harmattan.
- . 2008. *Le milieu des appareils*. Paris: Éditions l'Harmattan.
- . 2016. « Benjamin et le paradoxe de la chaussette ». *Appareil*, novembre. <https://doi.org/10.4000/appareil.2354>.

- Dequen, Bruno. 2009. « The Auteurs et la distribution du cinéma d'auteur à l'ère du web 2.0 ». *24 images*, n° 143: 28-29.
- Didi-Huberman, Georges. 1992. « La double distance ». In *Ce que nous voyons, ce qui nous regarde*, 103-23. Collection « Critique ». Paris: Editions de Minuit.
- . 2003. *Images malgré tout*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Dijk, José van. 2007. *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Dillon, Mark. 2019. « Canadian broadcasters prep for an SVOD invasion ». *Playback*, 5 mars 2019. <http://playbackonline.ca/2019/03/05/canadian-broadcasters-prep-for-an-svod-invasion/>.
- Djonov, Emilia. 2007. « Website hierarchy and the interaction between content organization, webpage and navigation design: A systemic functional hypermedia discourse analysis perspective ». *Information Design Journal* 15 (2): 144-62.
- Djonov, Emilia, et John S. Knox. 2014. « How-to-analyze webpages ». In *Interactions, images and texts : a reader in multimodality*, édité par Sigrid Norris et Carmen Daniela Maier, 171-94. Boston: De Gruyter Mouton.
- Dubois, Philippe. 2009. « Introduction / Presentation ». In *Oui, c'est du cinéma / Yes, It's Cinema. Formes et espaces de l'image en mouvement / Forms and Spaces of the Moving Image*, édité par Alessandro Bordina, Philippe Dubois, et Lucia Ramos Monteiro, 7-10. Pesian di Prato: Campanotto Editore.
- Duval, Gilles, et Séverine Wemaere. 2011. *La couleur retrouvée du Voyage dans la Lune de Georges Méliès / A Trip to the Moon, back in color*. Technicolor Foundation for Cinema Heritage, Groupama Gan Foundation for Cinema.
- Eiland, Howard, et Kevin McLaughlin. 1999. « Translators' Foreword ». In *The Arcades Project*, par Walter Benjamin, The Belknap Press of Harvard University Press, IX-XIV. Cambridge, Mass.
- Elberse, Anita. 2013. *Blockbusters*. New York: Henry Holt and Company.
- Elkins, Evan. 2016. « The DVD region code system: Standardizing home video's disjunctive global flows ». *International Journal of Cultural Studies* 19 (2): 225-40. <https://doi.org/10.1177/1367877914547300>.

- Elsaesser, Thomas. 2004. « The new film history as media archaeology ». *Cinémas: Revue d'études cinématographiques* 14 (2-3): 75-117. <https://doi.org/10.7202/026005ar>.
- . 2005a. « Cinephilia, or the uses of disenchantment ». In *Cinephilia: Movies, Love And Memory*, édité par Marijke De Valek et Malte Hagener, 27-44. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2005b. « Film festival networks: The new topographies of cinema in europe ». In *European Cinema: Face to Face with Hollywood*, 82-107. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2008. « “Constructive instability”, or: The life of things as the cinema’s afterlife? » In *Video Vortex reader: responses to YouTube*, édité par G. Lovink et S. Niederer, 13-31. Amsterdam: Institute for Network Cultures.
- . 2009. « Between “Erlebnis” and “Erfahrung”: Cinema Experience with Benjamin ». *Paragraph* 32 (3): 292-312. <https://doi.org/10.3366/E0264833409000625>.
- Ernst, Wolfgang. 2013. *Digital memory and the archive*. Minneapolis / London: University of Minnesota Press.
- Ertzscheid, Olivier, Gabriel Gallezot, et Brigitte Simonnot. 2016. « À la recherche de la « mémoire » du web : sédiments, traces et temporalités des documents en ligne ». In *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, édité par Christine Barats, 121-60. Paris: Armand Colin.
- Esquenazi, Jean-Pierre. 2017. *L'analyse de film avec Deleuze*. Paris: CNRS.
- Ferenczi, Aurélien. 2015. « La Cinetek : la plateforme VOD qui fait de nous des cinéphiles ». *Télérama*, novembre.
- Fiesler, C., N. Beard, et B. C. Keegan. 2020. « No Robots, Spiders, or Scrapers: Legal and Ethical Regulation of Data Collection Methods in Social Media Terms of Service ». In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14(1):187-96. <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/7290>.
- Finley, Clint. 2014. « Netflix is building an artificial brain using Amazon’s cloud ». *Wired*, 13 février 2014.

- Finney, Angus. 2010. *The international film business a market guide beyond Hollywood*. London Angleterre: Routledge.
- Fiske, John. 1992. « The cultural economy of fandom ». In *The Adoring audience: Fan culture and popular media*, édité par Lisa A. Lewis, 30-49. London ; New York: Routledge.
- Fontaine, Gilles. 2020. « The visibility of audiovisual works on TVOD ». European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>.
- Forestier, Laurent. 2004. « L'œuvre de Jean Vigo à l'époque de sa reproduction numérique ». *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze* 42: 142-47.
- Foucault, Michel. 2001. « Nietzsche, la généalogie, l'histoire ». In *Dits et écrits 1954-1975*, 145-72. Paris: Gallimard.
- . 2008. *L'archéologie du savoir*. Paris: Gallimard.
- Friedberg, Anne. 1993. *Window shopping: Cinema and the postmodern*. Berkeley: University of California Press.
- Froger, Marion. 2007. « Introduction. Appareil et intermédialité ». In *Appareil et intermédialité*, édité par Jean-Louis Déotte, Marion Froger, et Silvestra Mariniello, 5-15. Paris: Harmattan.
- Füzesséry, Stéphane, et Philippe Simay. 2008. « Une théorie sensitive de la modernité ». In *Le choc des métropoles*, édité par Stéphane Füzesséry et Philippe Simay, 13-51. Editions de l'Éclat. <https://doi.org/10.3917/ecla.fuzes.2008.01.0013>.
- Galloway, Alexander. 2012. *The Interface Effect*. Cambridge, UK / Malden, MA: Polity Press.
- Gantier, Samuel. 2021. « Construction de pratiques cinéphiles sur une plateforme de vidéo à la demande: enjeu du design des personae ». *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° 21/1: 53-73.
- Gantier, Samuel, et Aurélie Czeszynski. 2019. « Programme UXDoc: Design d'expérience utilisateur et systèmes de recommandations de films documentaires ». Rapport de recherche. Laboratoire DeVisu (Université Polytechnique Hauts-de-France) et Tènk.

- Gaonkar, Dilip Parameshwar, et Elizabeth A. Povinelli. 2003. « Technologies of public forms: Circulation, transfiguration, recognition ». *Public Culture* 15 (3): 385-97.
- Gaudreault, André. 2008. *Cinéma et attraction : pour une nouvelle histoire du cinématographe*. Collection Cinéma & audiovisuel. Paris: CNRS.
- Gaudreault, André, et Philippe Marion. 2013. *La fin du cinéma ? Un média en crise à l'ère du numérique*. Paris: Armand Collin.
- Genette, Gérard. 1994. *L'œuvre de l'art. Immanence et transcendance*. Paris: Seuil.
- Genosko, Gary. 2008. « A-signifying Semiotics ». *Public Journal of Semiotics* 2 (1): 11-21.
- Gensburger, Sarah. 2016. « Halbwachs' studies in collective memory: A founding text for contemporary 'memory studies'? » *Journal of Classical Sociology* 16 (4): 396-413. <https://doi.org/10.1177/1468795X16656268>.
- George, Éric. 2008. « En finir avec la « société de l'information » ? » *tic&société* 2 (2): 2-10.
- Gertz, Travis. 2015. « Design Machines : How to Survive the Digital Apocalypse ». *Louder Than Ten - Coax* (blog). 2015. <https://louderthanten.com/coax/design-machines>.
- Ghahramani, Z. 2015. « Probabilistic machine learning and artificial intelligence ». *Nature* 521 (7553): 452-59. <https://doi.org/10.1038/nature14541>.
- Gillespie, Tarleton. 2010. « The politics of "platforms" ». *New Media & Society* 12 (3): 347-64. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>.
- Goodfellow, Melanie. 2020. « Perspectives on 2020: mk2 CEO Nathanael Karmitz - "There's a real crisis in Anglo-Saxon cinema" ». *Screen*. décembre 2020. <https://www.screendaily.com/features/perspectives-on-2020-mk2-ceo-nathanael-karmitz-theres-a-real-crisis-in-anglo-saxon-cinema/5155846.article>.
- Goree, Sam. 2020. « Yes, websites really are starting to look more similar ». *The Conversation*. 6 mai 2020. <http://theconversation.com/yes-websites-really-are-starting-to-look-more-similar-136484>.

- Gras, Pierre. 2002. « Les films du patrimoine à la télévision française ». In *Le cinéma à l'épreuve du système audiovisuel*, édité par Laurent Creton, 197-205. Paris: CNRS éditions.
- Gray, Jonathan. 2010. *Show sold separately: Promos, spoilers, and other media paratexts*. New York: NYU Press.
- . 2015. « Afterword: Studying media with and without paratexts ». In *Popular Media Cultures. Fans, Audiences and Paratexts*, édité par Lincoln Geraghty, 230-37. New York: Palgrave Macmillan.
- Grba, Dejan. 2017. « Avoid setup: Insights and implications of generative cinema ». *Journal of science and technology of the arts* 9 (1). <https://doi.org/10.7559/citarj.v9i1.202>.
- Grece, Christian. 2021. « Trends in the VOD market in EU28 ». European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>.
- Grégory Chatonsky. 2013. *Après le cinéma*. Paris: Incident.net.
- Gripsrud, Jostein. 2002. « Fans, viewers and television theory ». In *Les cultes médiatiques*, édité par Philippe Le Guern, 113-31. Rennes: Presses universitaires de Rennes. <https://doi.org/10.4000/books.pur.24174>.
- Guattari, Félix. 2012. *La révolution moléculaire*. Paris: Les Prairies ordinaires.
- Gubbins, Michael. 2012. « Digital revolution: Active audiences and fragmented consumption ». In *Digital Disruption: Cinema Moves On-Line*, édité par Dina Jordanova et Stuart Cunningham. Saint Andrews, UK: St Andrews Film Studies.
- Guerrasio, Jason. 2019. « Netflix will go head to head with Disney in 2019, with Wall Street estimating it will spend up to \$3 billion on original movies ». Business Insider. 8 janvier 2019. <https://www.businessinsider.com/netflix-will-spend-more-than-all-movie-studios-except-disney-on-movies-report-2019-1>.
- Gumbrecht, Hans U. 2004. « Materialities / The nonhermeneutic / Presence: An anecdotal account of epistemological shifts ». In *Production of presence: What meaning cannot convey*, Stanford University Press, 1-20. Stanford, CA.

- Guo, Guibing, Jie Zhang, et Neil Yorke-Smith. 2015. « Leveraging multiviews of trust and similarity to enhance clustering-based recommender systems ». *Knowledge-Based Systems* 74: 14-27. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2014.10.016>.
- Hands, Joss. 2013. « Introduction: politics, power and ‘platformativity’ ». *Culture Machine* 14.
- Hansen, Mark B. N. 2004. *New philosophy for new media*. Cambridge, Mass. / London: MIT Press.
- Hansen, Miriam. 1987. « Benjamin, cinema and experience: “The blue flower in the land of technology” ». *New German Critique*, n° 40: 179-224.
- . 2012. *Cinema and experience: Siegfried Kracauer, Walter Benjamin, and Theodor W. Adorno*. Berkeley: University of California Press.
- Helmond, Anne. 2015. « The platformization of the web: Making web data platform ready ». *Social Media + Society* 1 (2): 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>.
- Herbert, Daniel. 2011. « From art house to your house: The distribution of quality cinema on home video ». *Canadian Journal of film Studies* 20 (2): 2-18.
- . 2014. *Videoland: Movie culture at the american video store*. Berkeley: University of California Press.
- Hessler, Jennifer. 2018. « Quality you can’t touch: Mubi social, platform politics, and the online distribution of art cinema ». *The Velvet Light Trap* 82: 3-17. <https://doi.org/10.7560/VLT8202>.
- Hilderbrand, Lucas. 2009. *Inherent vice: Bootleg histories of videotape and copyright*. Durham, NC: Duke University Press.
- Holt, Jennifer, et Kevin Sanson, éd. 2014. « Introduction : Mapping Connections ». In *Connected viewing: selling, streaming, & sharing media in the digital era*, 1-15. New York ; London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hosanagar, K., D. Fleder, D. Lee, et A. Buja. 2014. « Will the global village fracture into tribes: Recommendation systems and their effects on consumer fragmentation ». *Management Science* 60 (4): 805-23.

- Hoyt, Eric. 2014. *Hollywood vault: Film libraries before home video*. Berkeley: University of California Press.
- Huhtamo, Erkki. 2013. *Illusions in motion. Media archaeology of the moving panorama and related spectacles*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Iordanova, Dina. 2012. « Digital disruption: Technological innovation and global film circulation ». In *Digital Disruption: Cinema Moves On-Line*, édité par Dina Iordanova et Stuart Cunningham. Saint Andrews, UK: St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina, et Stuart Cunningham. 2012. *Digital disruption: Cinema moves on-line*. Saint Andrews, UK: St Andrews Film Studies.
- Jancovich, Mark. 2002. « Cult fictions: Cult movies, subcultural capital and the production of cultural distinctions ». *Cultural Studies* 16 (2): 306-22. <https://doi.org/10.1080/09502380110107607>.
- Jenkins, Henry. 2006a. *Fans, bloggers, gamers: Exploring participatory culture*. New York: NYU Press.
- . 2006b. « Pop Cosmopolitanism: Mapping Cultural Flows in an Age of Media Convergence ». In *Fans Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*, 152-72. New York: New York University Press.
- . 2013. *La culture de la convergence: des médias au transmédia*. Paris: A. Colin.
- Jenny, Laurent. 2013. *La Vie esthétique. Stases et flux*. Lagrasse: Éditions Verdier.
- Jost, François. 2005. « Des vertus heuristiques de l'intermédialité ». *Intermédialités: Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, n° 6: 109-19.
- Jouët, Josiane. 1993. « Pratiques de communication et figures de la médiation ». *Réseaux* 11 (60): 99-120. <https://doi.org/10.3406/reso.1993.2369>.
- Jullier, Laurent, et Jean-Marc Leveratto. 2010a. *Cinéphiles et cinéphilies: une histoire de la qualité cinématographique*. Paris: Armand Colin.
- . 2010b. « L'expérience du spectateur ». *Degrés*, n° 142: 1-16.
- Kaufman, Anthony. 2017. « Fandor is moving toward the mainstream, and bracing for the backlash ». *IndieWire*. 11 mai 2017.

<https://www.indiewire.com/2017/05/fandor-mainstream-keyframe-closed-backlash-exclusive-1201815695/>.

Keegan, Rebecca. 2019. « Sundance: Will new streamers create a seller's market? » *The Hollywood Reporter*, 24 janvier 2019. <https://www.hollywoodreporter.com/news/will-new-streamers-create-a-sellers-market-1178390>.

Kenny, Glenn. 2017. « Filmatique: Where to stream foreign movies you can't find elsewhere ». *The New York Times*, 30 juin 2017. <https://www.nytimes.com/2017/06/30/movies/filmatique-foreign-movies-streaming.html>.

Kessler, Frank. 2004. « La cinématographie comme dispositif (du) spectaculaire ». *Cinemas: Revue d'études cinématographiques* 14 (1): 21-34. <https://doi.org/10.7202/008956ar>.

———. 2007. « Notes on dispositif ». *frankkessler.nl*, 2007. <http://www.frankkessler.nl/wp-content/uploads/2010/05/Dispositif-Notes.pdf>.

———. 2009. « What you get is what you see. Digital images and the claim on the real ». In *Digital material: Tracing new media in everyday life and technology*, édité par Marianne Van den Boomen, 187-97. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Kessler, Frank, Dominique Chateau, et José Moure. 2016. « The screen and the concept of dispositif – A dialogue ». In *Screens: From materiality to spectatorship. A historical and theoretical reassessment*, édité par Dominique Chateau et José Moure, 264-71. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Kessous, Emmanuel. 2011. « L'économie de l'attention et le marketing des traces ». Présenté à Actes du colloque « Web social, communautés virtuelles et consommation », UQAM, Université de Sherbrooke, 11 mai 2011.

Klinger, Barbara. 2006. *Beyond the multiplex: cinema, new technologies, and the home*.

Knox, John S. 2007. « Visual-verbal communication on online newspaper home pages ». *Visual Communication* 6 (1): 19-53. <https://doi.org/10.1177/1470357207071464>.

Kohn, Eric. 2019. « Criterion channel lives! Company president explains going solo after Filmstruck's death ». *IndieWire*, 8 avril 2019.

<https://www.indiewire.com/2019/04/criterion-channel-after-filmstruck-1202056861/>.

- Konstan, Joseph A., et John Riedl. 2012. « Deconstructing recommender systems: How amazon and netflix predict your preferences and prod you to purchase ». *IEEE Spectrum*, 24 septembre 2012.
- Koren, Yehuda. 2008. « Factorization meets the neighborhood: A multifaceted collaborative filtering model ». In *Proceedings of the ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 426-34. <https://doi.org/10.1145/1401890.1401944>.
- Kraszewski, Jon. 2008. « Authorship and adaptation: The public personas of television anthology writers ». *Quarterly Review of Film and Video* 25 (4): 271-85. <https://doi.org/10.1080/10509200601104657>.
- Kuhn, Annette, Daniel Biltreyst, et Philippe Meers. 2017. « Memories of cinemagoing and film experience: An introduction ». *Memory Studies* 10 (1): 3-16. <https://doi.org/10.1177/1750698016670783>.
- La Presse Canadienne. 2021. « Un avenir incertain pour les cinémas canadiens face à la pandémie | Coronavirus ». Radio-Canada.ca. 2 janvier 2021. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1760475/cinema-canada-cineplex-landmark-avenir-incertain-pandemie-covid-19>.
- Laclau, Ernesto, et Chantal Mouffe. 2014. *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. 2nd éd. London / New York: Verso.
- Lafferty, William. 1990. « Feature film on prime-time television ». In *Hollywood in the age of television*, édité par Tino Balio, 235-56. Boston: Unwin Hyman.
- Lamotte, Anne. 2020. « La fréquentation des salles de cinéma en chute libre ». France Culture. 30 décembre 2020. <https://www.franceculture.fr/cinema/la-frequentation-des-salles-de-cinema-en-chute-libre-en-2020>.
- Lange, André. 2016. « La mesure des services audiovisuels à la demande - l'expérience européenne ». Présenté à Actes du colloque international sur la mesure des produits culturels numériques, Montréal, mai.
- Latour, Bruno. 1985. « « Les “vues” de l'esprit » Une introduction à l'anthropologie des sciences et des techniques ». *Culture Technique* 14: 4-30.

- Lavabre, Marie-Claire. 2000. « Usages et mésusages de la notion de mémoire ». *Critique internationale* 7 (1): 48-57. <https://doi.org/10.3406/criti.2000.1560>.
- Lazzarato, Maurizio. 2002. « Paik et Bergson : la vidéo, les flux et le temps réel ». In *Vidéo topiques : tours et retours de l'art vidéo*, édité par Patrick Javault. Strasbourg: Musée d'art moderne et contemporain de Strasbourg.
- . 2006. « Le “pluralisme sémiotique” et le nouveau gouvernement des signes ». *Transversal* 107. <https://transversal.at/transversal/0107/lazzarato/fr>.
- Lechner, Marie. 2013. « Nicolas Maigret: «montrer le flux numérique à l'échelle mondiale» ». *Libération.fr*, octobre.
- Lefebvre, Thierry. 2011. « A Trip to the Moon: A Composite Film ». In *Fantastic voyages of the cinematic imagination : Georges Méliès's Trip to the moon*, édité par Matthew Solomon, 49-63. Albany: State University of New York Press.
- Lemke, Jay. 2002. « Travels in hypermodality ». *Visual Communication* 1 (3): 299-325.
- Lenoir, Tim. 2004. « Foreword ». In *New philosophy for new media by Mark B. N. Hansen*. Cambridge, Mass. / London: MIT Press.
- Leveratto, Jean-Marc. 2003. « Histoire du cinéma et expertise culturelle ». *Politix* 16 (61): 17-50. <https://doi.org/10.3406/polix.2003.1255>.
- Liu, Alan. 2004. « Transcendental data: Toward a cultural history and aesthetics of the new encoded discourse ». *Critical Inquiry* 31: 49-84.
- Lobato, Ramon. 2009. « The politics of digital distribution: Exclusionary structures in online cinema ». *Studies in Australasian Cinema* 3 (2): 167-78. <https://doi.org/10.1386/sac.3.2.167/1>.
- . 2012. *Shadow Economies of Cinema: Mapping Informal Film Distribution*. London: BFI / Palgrave Macmillan.
- . 2019. « The infrastructures of streaming ». In *The Netflix nation: The geography of digital distribution*, 73-105. New York: NYU Press.
- Loveluck, Benjamin. 2015. *Réseaux, libertés et contrôle : une généalogie politique d'internet*. Le temps des idées. Paris: Armand Colin.

- Lyon-Caen, Gilles. 2014. « La place du critique ». In *La critique de cinéma à l'épreuve d'Internet*, édité par Gilles Lyon-Caen, 9-14. Lavérune: éditions l'Entretiens.
- Mager, Astrid. 2012. « Algorithmic ideology ». *Information, Communication & Society* 15 (5): 769-87. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2012.676056>.
- Mal, Cédric. 2016. « La plateforme de SVOD documentaire “Tënk” est en ligne, avec déjà un millier d’abonnés ». *Le Blog documentaire* (blog). 25 août 2016. <http://leblogdocumentaire.fr/plateforme-de-svod-documentaire-tenk-ligne-deja-millier-dabonnes/>.
- Manjoo, Farhad. 2014. « Why movie streaming sites so fail to satisfy ». *The New York Times*, 26 mars 2014.
- Manoff, Marlene. 2010. « Archive and database as metaphor: Theorizing the historical record ». *Portal: Libraries and the Academy* 10 (4): 385-98.
- Manovich, Lev. 2001. *The language of new media*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology.
- Manzerolle, Vincent, et Sandra Smeltzer. 2011. « Consumer databases and the commercial mediation of identity: A medium theory analysis ». *Surveillance & Society* 8 (3): 323-37.
- Marceau, Sylvie. 2014. *Cahier 1, flux financiers et organisation industrielle. État des lieux du cinéma et de la télévision au Québec*.
- Marchessault, Janine, et Susan Lord. 2007. *Fluid Screens, Expanded Cinema*. Toronto: University of Toronto Press.
- Mathys, Catherine. 2019. « Balado Futur et médias E06 – MUBI: le cinéma d’abord, les données ensuite ». Fonds des médias du Canada. 7 mai 2019. <https://cmf-fmc.ca/fr/futur-et-medias/articles/balado-futur-et-medias-mubi-cinema-donnees/>.
- McClintock, Pamela. 2021. « It’s official: 2020 domestic box office fell 80 percent to \$2.3b behind China’s \$2.7b ». *Hollywood Reporter*. 1 janvier 2021. <https://www.hollywoodreporter.com/news/its-official-2020-domestic-box-office-fell-80-percent-to-2-3b-behind-chinas-2-7b>.
- Méchoulan, Éric. 2010. « Intermédialité : ressemblances de famille. » *Intermédialités: Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques* 16: 233-59.

- Michaud, Philippe-Alain. 2006. « Le mouvement des images / The Movement of Images ». In *Le mouvement des images [exposition, Paris, Centre Pompidou, Musée national d'art moderne-Centre de création industrielle, 9 avril 2006-29 janvier 2007]*, édité par Philippe-Alain Michaud et Centre Georges Pompidou, 15-30. Paris: Centre Pompidou.
- Millerand, Florence, Gabrielle Silva Mota Drumond, et Alexandre Coutant. 2018. « La production de l'usager par les algorithmes de Netflix ». *Les Enjeux de l'information et de la communication* N° 19/2 (2): 29. <https://doi.org/10.3917/enic.025.0029>.
- Mondoux, André. 2011. « Identité numérique et surveillance ». *Les Cahiers du Numérique* 7 (1): 49-59.
- Mondzain, Marie-José. 2007. *Homo spectator*. Paris: Bayard.
- Monnoyer-Smith, Laurence. 2016. « Le web comme dispositif: comment appréhender le complexe? » In *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, édité par Christine Barats, 30-78. Paris: Armand Colin.
- Moreau, Jordan. 2019. « Foreign film distribution site Filmatique launches online film festival ». *Variety*, 12 avril 2019. <https://variety.com/2019/digital/news/filmatique-online-film-festival-talent-initiative-1203188571/>.
- Muller, Matt. 2020. « Perspectives on 2020: Efe Cakarel on MUBI's boom and shattered windows ». *Screen*. 28 décembre 2020. <https://www.screendaily.com/features/perspectives-on-2020-efe-cakarel-on-mubis-boom-and-shattered-windows/5155855.article>.
- Munster, Anna. 2013. *An aesthesia of networks: Conjunctive experience in art and technology*. Technologies of lived abstraction. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Nacache, Jacqueline. 2015. « Du jugement à l'expérience : extension du domaine de la critique ». In *L'expérience du cinéma*, édité par Hélène Baty-Delalande, Jacqueline Nacache, et Pierre-Olivier Toulza, 9-18. Collection Cahier textuel. Paris: Hermann.
- Nelson, Elissa, éd. 2014. « Windows into the digital world: Distributor strategies and consumer choice in an era of connected viewing ». In *Connected viewing: Selling, streaming, & sharing media in the digital era*, 62-78. New York ; London: Routledge, Taylor & Francis.

- Nicot, Anne-Marie. 2016. « Le modèle économique des plateformes : économie collaborative ou réorganisation des chaînes de valeur ? » *Revue des conditions de travail - ANACT*, n° 6.
- Nordicity. 2011. *Étude sur le secteur de la distribution audiovisuelle au Canada*.
- « Observatoire de la vidéo à la demande ». 2020. Direction des études, des statistiques et de la prospective du CNC. https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/observatoire-de-la-video-a-la-demande_1376592.
- Oeillet, Audrey. 2016. « Netflix : algorithmes, tests et tags, la recette pour rendre les abonnés accros ». Clubic.com. 12 avril 2016. <https://www.clubic.com/video-streaming/netflix-svod/article-802528-1-netflix-algorithmes-tests-tags-recette-abonnes-accros.html>.
- O’Falt, Chris, et Graham Winfrey. 2016. « Gold rush: How subscription streaming could change home entertainment forever ». IndieWire. 23 décembre 2016. <https://www.indiewire.com/2016/12/subscription-streaming-video-on-demand-home-entertainment-vod-1201747639/>.
- O’Halloran, Kay L. 2011. « Multimodal discourse analysis ». In *Continuum companion to discourse analysis*, édité par Ken Hyland et Brian Paltridge, 120-37. London ; New York: Continuum.
- O’Reilly, Tim. 2007. « What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software ». *Communications & Strategies* 65: 17-37.
- Ouellet, Maxime. 2011. *Mutations du politique et capitalisme avancé : une généalogie « critique » de la gouvernance*. Étude effectuée dans le cadre du projet de recherche « La gouvernance des systèmes de communication ». Montréal: CRICIS, UQAM.
- Ouellet, Maxime, André Mondoux, Marc Ménard, Maude Bonenfant, et Fabien Richert. 2013. « *Big Data* », *Gouvernance et Surveillance*. Montréal: CRICIS, UQAM.
- P., Nick. 2016. « Imgix scalable infrastructure review ». getstream.io. 9 novembre 2016. <https://getstream.io/blog/imgix-image-processing-service-reviewed/>.
- Paci, Viva. 2012. *La machine à voir : à propos de cinéma, attraction, exhibition*. Villeneuve-d’Ascq: Presses Universitaires du Septentrion.

- . 2013. « De la conservation involontaire, dans le royaume de la consommation. Les films des Studios et la télévision. » In *L'avenir de la mémoire*, édité par André Habib et Michel Marie, 296-314. Lille: Presses Universitaires du Septentrion.
- Paci, Viva, et Martin Bonnard. 2015. « Le webdocumentaire à la croisée d'un réseau... ». *Cahiers du CIRCAV* 24: 153-72.
- Paillé, Pierre, et Alex Mucchielli. 2012. « L'analyse thématique ». In *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, 231-314. Paris: Armand Colin.
- Païni, Dominique. 2002. *Le temps exposé : le cinéma, de la salle au musée*. Paris: Cahiers du cinéma.
- Paris, Tomas. 2010. « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salutaire ? » *tic&société* 4 (2): 41-64.
- Pauwels, Luc. 2012. « A multimodal framework for analyzing websites as cultural expressions ». *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 (3): 247-65. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01572.x>.
- Pescatore, Guglielmo. 2014. « Piracy and consumption of digital goods ». In *Whose right ?*, édité par Alberto Beltrame, Ludovica Fales, et Giuseppe Fidotta, 97-101. Udine: Forum.
- Plantin, Jean-Christophe, Carl Lagoze, Paul N. Edwards, et Christian Sandvig. 2016. « Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook ». *New Media & Society*, 1-25. <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>.
- Plummer, Libby. 2017. « This is how Netflix's top-secret recommendation system works ». *Wired UK*, 22 août 2017. <https://www.wired.co.uk/article/how-do-netflixs-algorithms-work-machine-learning-helps-to-predict-what-viewers-will-like>.
- Quaresima, Leonardo. 2014. « Du cimetière des éléphants au parc thématique ? L'archive à l'époque de la numérisation ». In *L'archive-forme : création, mémoire, histoire : textes issus du VIIIe congrès de l'Afeccav, Université de Paris-Est, Marne-la-Vallée, 9-10 juillet 2012*, édité par Giusy Pisano, 217-37. Paris: L'Harmattan.

- Raftery, Brian. 2018. « 3 lessons Netflix could learn from its rickety “Roma” rollout ». *Wired*, 18 décembre 2018. <https://www.wired.com/story/netflix-roma-rollout-lessons/>.
- Rancière, Jacques. 2000. *Le partage du sensible : esthétique et politique*. Paris: La Fabrique.
- . 2008. *Le spectateur émancipé*. Paris: La Fabrique.
- Rao, Leena. 2010. « Google acquires metaweb to make search smarter ». *TechCrunch*, 26 juillet 2010. <https://social.techcrunch.com/2010/07/16/google-acquires-metaweb-to-make-search-smarter/>.
- Rapold, Nicolas. 2021. « Long live the microcinema ». *The Criterion Collection*, 13 janvier 2021. <https://www.criterion.com/current/posts/7237-long-live-the-microcinema>.
- Re, Valentina. 2016. « Beyond the threshold. Paratext, transcendence, and time in the contemporary media landscape ». In *The politics of ephemeral digital media: Permanence and obsolescence in paratexts*, édité par Sara Pesce et Paolo Noto, 60-74. *Routledge studies in new media and cyberculture* 34. New York: Routledge.
- Renzi, Alessandra. 2015. « Info-capitalism and resistance: How information shapes social movements ». *Interface: a journal for and about social movements* 7 (2): 98-119.
- Roda, Claudia. 2014. « Économiser l’attention dans l’interaction homme-machine ». In *L’économie de l’attention : nouvel horizon du capitalisme ?*, édité par Yves Citton, 179-90. Paris: La Découverte.
- Rodowick, David Norman. 2007. *The virtual life of film*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Rose, Gillian. 2016. *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. 4th edition. London: SAGE Publications Ltd.
- Rouvroy, Antoinette, et Thomas Berns. 2013. « Gouvernamentalité algorithmique et perspectives d’émancipation ». *Réseaux*, n° 177: 163-93.
- Royoux, Jean-Christophe. 1997. « Pour un cinéma d’exposition. Retour sur quelques jalons historiques ». *Omnibus*, n° 20: 11-12.

- Sadoul, Georges. 1985. *Lumières et Méliès*. Paris: Lherminier.
- Sauvaget, Daniel. 2002. « Le couple cinéma-télévision face aux réglementations Law and Order ». In *Le cinéma à l'épreuve du système audiovisuel*, édité par Laurent Creton, 107-17. Paris: CNRS editions.
- Sazpinar, Tania. 2021. « Une année très compliquée pour le cinéma suisse. Interview du réalisateur Lionel Baier. » Radio Télévision Suisse. 4 janvier 2021. <https://www.rts.ch/play/radio/forum/audio/une-annee-tres-compliquee-pour-le-cinema-suisse?id=11834865>.
- Schaeffer, Jean-Marie. 2013. « La stase et le flux: l'expérience esthétique entre épiphanie et trace ». *Critique*, n° 799: 1006-16.
- Schatz, Thomas. 2008. « The studio system and conglomerate Hollywood ». In *The contemporary Hollywood film industry*, édité par Paul McDonald et Janet Wasko, 11-42. Malden, MA: Blackwell Pub.
- Schwartz, Vanessa R. 1999. *Spectacular realities: Early mass culture in fin-de-siècle Paris*. Berkeley: Univ. of California Press.
- Sconce, Jeffrey. 1995. « 'Trashing' the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style ». *Screen* 36 (4): 371-93.
- Sedgwick, John. 2005. « Product differentiation at the movies: Hollywood 1946 to 19651 ». In *An economic history of film*, édité par John Sedgwick et Michael Pokorny, 186-217. London ; New York: Routledge.
- Shambu, Girish. 2014. *The new cinephilia*. Montréal: Caboose.
- Shefrin, Elana. 2004. « Lord of the Rings, Star Wars, and participatory fandom: Mapping new congruencies between the internet and media entertainment culture ». *Critical studies in media communication* 21 (3): 261-81. <https://doi.org/10.1080/0739318042000212729>.
- Simay, Philippe. 2013. « Double vue. Moholy-Nagy et le pont transbordeur ». In « *Le pont transbordeur de Marseille* », *Moholy-Nagy*, édité par François Bon, Olivier Lugon, et Philippe Simay, 35-50. Paris: Institut national d'histoire de l'art / Collège international de philosophie / Éd. Ophrys.
- Simondon, Gilbert. 2005. *Individuation à la lumière des notions de forme et d'information*. Paris: Jerome Million.

- Smits, Roderik, et E. W. Nikdel. 2019. « Beyond Netflix and Amazon: MUBI and the curation of on-demand film ». *Studies in European Cinema* 16 (1): 22-37. <https://doi.org/10.1080/17411548.2018.1554775>.
- Somainsi, Antonio. 2016. « Walter Benjamin's media theory: The *Medium* and the *Apparat* ». *Grey Room* 62 (janvier): 6-41. https://doi.org/10.1162/GREY_a_00188.
- Spangler, Todd. 2016. « Turner to launch Filmstruck classic movie-streaming service oct. 19 ». *Variety*, 6 octobre 2016. <https://variety.com/2016/digital/news/turner-filmstruck-streaming-launch-1201880081/>.
- . 2018a. « Warnermedia's Filmstruck subscription-streaming service to shut down ». *Variety*, 26 octobre 2018. <https://variety.com/2018/digital/news/filmstruck-shutdown-warnermedia-turner-1202998364/>.
- . 2018b. « With Filmstruck shutdown, Criterion Collection inks Warnermedia deal to launch standalone streaming service ». *Variety*, 16 novembre 2018. <https://variety.com/2018/digital/news/criterion-collection-warnermedia-streaming-service-filmstruck-shutdown-1203030975/>.
- . 2018c. « Fandor lays off staff, restructures assets of indie-film streaming service under new entity ». *Variety*, 7 décembre 2018. <https://variety.com/2018/digital/news/fandor-staff-layoffs-sale-streaming-shutdown-1203084579/>.
- Sperling, Nicole. 2020. « Hollywood's 'We're not in Kansas anymore' moment ». *The New York Times*, 22 novembre 2020, sect. Business. <https://www.nytimes.com/2020/11/22/business/media/wonder-woman-1984-hollywood-streaming.html>.
- Spigel, Lynn. 1992. *Make room for TV: Television and the family ideal in postwar America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sterne, Jonathan. 2012. *MP3: The Meaning of a Format*. Durham: Duke University Press.
- . 2014. « 'What do we want?' 'Materiality!' 'When do we want it?' 'Now!' ». In *Media technologies: Essays on communication, materiality and society*, MIT Press, 119-28. Cambridge, MA.

- Stiegler, Bernard. 1996. *La technique et le temps, tome 2*. Paris: Galilée.
- . 2010. « Memory ». In *Critical terms for media studies*, édité par W. J. T. Mitchell et Mark B. N. Hansen, 64-87. Chicago ; London: The University of Chicago Press.
- . 2015. *La société automatique*. Paris: Fayard.
- Stokes, Jane. 1999. *On screen rivals: Cinema and television in the united sates and britain*. London: Macmillian Press.
- Storey, John. 2009. « Marxisms ». In *Cultural theory and popular culture: An introduction*, 5th éd., 59-89. Harlow, England / New York: Pearson Longman.
- Strauven, Wanda. 2016. « The screenic image: Between verticality and horizontality, viewing and touching, displaying and playing ». In *Screens : From materiality to spectatorship*, édité par Dominique Chateau et José Moure, 143-56. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Straw, Will. 2007. « Embedded memories ». In *Residual media*, édité par Charles R. Acland, 3-15. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- . 2011. « Pulling apart the apparatus ». *Recherches sémiotiques* 31 (1-2-3): 59. <https://doi.org/10.7202/1027441ar>.
- . 2013. « "Action classics": Ways of thinking about the budget dvd corpus ». In *L'avenir de la mémoire*, édité par André Habib et Michel Marie, 274-91. Lille: Presses Universitaires du Septentrion.
- Streitfeld, David. 2020. « Amazon powers ahead with robust profit ». *The New York Times*, 30 janvier 2020. <https://www.nytimes.com/2020/01/30/technology/amazon-earnings.html>.
- Swisher, Kara. 2020. « Opinion | The window on new movie releases finally shatters ». *The New York Times*, 4 décembre 2020, sect. Opinion. <https://www.nytimes.com/2020/12/04/opinion/warner-hbo-movies-theaters.html>.
- Taillibert, Christel. 2018. « Vidéo à la demande et stratégies de temporalisation ». In *Temps et temporalités du Web*, édité par Valérie Schafer, 235-47. Presses universitaires de Paris Nanterre. <https://doi.org/10.4000/books.pupo.5988>.

- Tellier, Maxime. 2020. « Quand le cinéma bascule en streaming ». France Culture. 5 décembre 2020. <https://www.franceculture.fr/economie/quand-le-cinema-basculer-streaming>.
- Terranova, Tiziana. 2004a. « Communication beyond meaning: On the cultural politics of information ». *Social Text* 22 (3): 51-72.
- . 2004b. *Network culture: politics for the information age*. London ; Ann Arbor, MI: Pluto Press.
- Thoburn, Nicholas. 2007. « Patterns of production: Cultural studies after hegemony ». *Theory, Culture & Society* 24 (3): 79-94. <https://doi.org/10.1177/0263276407075959>.
- Thomas, Neal. 2012. « Algorithmic subjectivity and the need to be in-formed ». In *TEM 2012: Proceedings of the Technology & Emerging Media Track – Annual Conference of the Canadian Communication Association (Waterloo, May 30 - June 1, 2012)*, édité par Guillaume Latzko Toth et Florence Millerand.
- . 2013. « Social computing as a platform for memory ». *Culture Machine* 14.
- Thornton, Sarah. 1995. *Club cultures: music, media and subcultural capital*. Cambridge, UK: Polity Press. <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=1584071>.
- Thuillas, Olivier, et Louis Wiart. 2019. « Les plateformes de VOD cinéphiliques : des stratégies de niche en questions ». *Les Enjeux de l'information et de la communication* N°20/1 (1): 39. <https://doi.org/10.3917/enic.026.0039>.
- Travers, Ben. 2015. « Netflix data revealed: How long it takes to get hooked on 'Breaking Bad,' 'Mad Men' and more ». IndieWire. 23 septembre 2015. <https://www.indiewire.com/2015/09/netflix-data-revealed-how-long-it-takes-to-get-hooked-on-breaking-bad-mad-men-and-more-57591/>.
- Treleani, Matteo. 2014. *Mémoires audiovisuelles : les archives en ligne ont-elles un sens ?* Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Tryon, Chuck. 2009a. *Reinventing cinema: Movies in the age of media convergence*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- . 2009b. « The rise of the movie geek: DVD culture, cinematic knowledge, and the home viewer ». In *Reinventing cinema: Movies in the age of media*

- convergence*, 16-37. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
<https://www.jstor.org/stable/j.ctt5hjd86.5>.
- . 2013. *On-demand culture : Digital delivery and the future of movies*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Turcan, Marie. 2018. « FilmStruck : on a testé le « Netflix du cinéma indépendant », disponible aujourd'hui en France ». Numerama. 1 juin 2018.
<https://www.numerama.com/pop-culture/381591-filmstruck-on-a-teste-le-netflix-du-cinema-independant-disponible-aujourd'hui-en-france.html>.
- Turquety, Benoît. 2014. *Inventer le cinéma: épistémologie : problèmes, machines*. Lausanne; Paris: L'Âge d'homme.
- Ulin, Jeff. 2010. *The business of media distribution: Monetizing film, TV, and video content*. Amsterdam: Elsevier.
- Uricchio, William. 2011. « The algorithmic turn: Photosynth, augmented reality and the changing implications of the image ». *Visual Studies* 26 (1): 25-35.
<https://doi.org/10.1080/1472586x.2011.548486>.
- Valck, Marijke de, et Malte Hagener. 2005. *Cinephilia: Movies, love and memory*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Van Couvering, Elizabeth. 2008. « The history of the internet search engine: Navigational media and the traffic commodity ». In *Web Search. Multidisciplinary Perspectives (Information Science and Knowledge Management)*, édité par A. Spink et M. Zimmer, 177-206. Berlin/Heidelberg: Springer Verlag.
- Vanchéri, Luc. 2010. « Le cinéma après l'époque du cinéma ». In *Le cinéma, et après ?*, édité par Maxime Scheinfeigel, 19-24. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Virilio, Paul. 1991. *Guerre et cinéma / 1, Logistique de la perception*. [Nouv. éd. augm.]. Paris: Ed. Cahiers du cinéma.
- Vlessing, Etan. 2021. « Cinedigm buys fador indie film streaming service ». *The Hollywood Reporter*. 19 janvier 2021.
<https://www.hollywoodreporter.com/news/cinedigm-buys-fador-indie-film-streaming-service>.

- Walley, Jonathan. 2003. « The material of film and the idea of cinema: Contrasting practices in sixties and seventies avant-garde film ». *October* 103: 15-30.
- Wallmüller, Julia. 2007. « Criteria for the use of digital technology in moving image restoration ». *The Moving Image* 7 (1): 78-91. <https://doi.org/10.1353/mov.2007.0032>.
- Ward, Ben. 2010. « Understand the web ». 2010.
- Wasko, Janet. 2003. « Hollywood and television in the 1950s: The roots of diversification ». In *Transforming the screen, 1950-1959*, édité par Peter Lev, 127-46. New York: Charles Scribner's Sons.
- Williams, Raymond. 1977. *Marxism and literature*. Oxford, Eng.: Oxford University Press.
- Youngblood, Gene. 2020. *Expanded cinema: Fiftieth anniversary edition*. New York, NY: Fordham University Press. <http://www.jstor.org/stable/10.2307/j.ctvnwbz7q>.
- Zielinski, Siegfried. 1999. *Audiovisions: cinema and television as entr'actes in history*. Film culture in transition. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Zwick, Detlev, et Janice Denegri Knott. 2009. « Manufacturing customers ». *Journal of Consumer Culture* 9 (2): 221-47.

