



HAL
open science

Le spectateur en mouvement : perspectives et impacts de la diffusion cinématographique numérique sur les pratiques spectatoriennes en milieu festivalier

François Theurel

► To cite this version:

François Theurel. Le spectateur en mouvement : perspectives et impacts de la diffusion cinématographique numérique sur les pratiques spectatoriennes en milieu festivalier. Sciences de l'information et de la communication. Université d'Avignon, 2011. Français. NNT : 2011AVIG1116 . tel-00942685

HAL Id: tel-00942685

<https://theses.hal.science/tel-00942685>

Submitted on 6 Feb 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Académie d'Aix-Marseille
Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Ecole doctorale 483 : sciences sociales
Laboratoire Culture et Communication EA 3151

Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication

Présentée et soutenue publiquement le 6 Décembre 2011

François Theurel

**Le spectateur en mouvement : perspectives et impacts
de la diffusion cinématographique numérique sur les
pratiques spectatorielles en milieu festivalier**

Sous la direction de Monsieur le Professeur des universités Emmanuel Ethis

En partenariat avec Monsieur Jérôme Paillard et le Marché du Film de
Cannes

Avec le soutien de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Jury:

Monsieur le Professeur des universités Emmanuel Ethis (UAPV)
Monsieur le Professeur des universités Jean-Marc Leveratto (Université de Metz)
Monsieur le Professeur des universités Bernard Lamizet (IEP de Lyon)
Monsieur le Professeur des universités Olivier Thévenin (UHA)
Monsieur Marc Nicolas (Directeur général, La Femis)

REMERCIEMENTS

Ces trois années de doctorat ne furent en aucun cas une période linéaire. De multiples évènements, projets, rencontres et aventures aussi bien universitaires qu'extra-universitaires se sont mêlés, succédés, nourris, contredits, complétés. Ce travail de recherche, profondément ancré dans cette densité, n'est pas une fin en soi : il illustre un cheminement étalé sur une temporalité à la fois riche, courte et aux dimensions multiples que ces remerciements vont s'efforcer d'illustrer.

Mes remerciements vont :

À mon directeur de recherche, Monsieur le Professeur Emmanuel Ethis.

À ceux ayant accepté de participer à ce jury : Monsieur le Professeur des universités Jean-Marc Leveratto, Monsieur le Professeur des universités Bernard Lamizet, Monsieur le Professeur des universités Olivier Thévenin et Monsieur Marc Nicolas.

À Monsieur Jérôme Paillard, pour sa disponibilité, son intérêt, ses conseils avisés et l'accès qu'il m'a rendu possible au Marché du Film de Cannes lors des trois terrains de recherche y ayant été consacrés.

À la région Provence-Alpes-Côte d'Azur pour son soutien.

À l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et à l'ensemble du Département des Sciences de l'Information et de la Communication pour le riche apport, autant professionnel que personnel, de ces trois années de doctorat. Une pensée spéciale va à Pierre-Louis Suet, Geneviève Landié, Virginie Spies, Marie-Hélène Poggi, Jean Davallon, Yves Jeanneret, Agnès Devictor, Olivier Zerbib, Joël Chapron, Damien Malinas, Jean-Louis Fabiani, Jacques Tephany, Shayne Girardin, Joëlle Richetta, Julie Pasquer, Caroline Buffoni, Aïcha Chibatte, Johanne Tremblay, Bessem El Fellah, Raphaël Roth, Dominique Joly, Myriam Dougados, Stéphanie Jacquin-Pourquier, Pascale Di Domenico, Bernadette Boissier, Patrick Liné, Martine Boulangé.

À Emilie Pamart, pour avoir pris le temps, avec bonne humeur et clarté, de me transmettre le nécessaire à mon arrivée.

Aux rencontres aussi inattendues que précieuses survenues lors de ces trois années avignonnaises : France Davoigneau, Guillaume Hidrot, Clément Montfort, Pierre Lagrange, Rosine Bey, Remy Carras, Anne-Lise Dall' Agnola, Colette Siri, Hugo Soriano, Edouard Leborne, Fanny Raflegeau, Alexandre Manzanares, Fabien Pio, Marie Mourougaya, Agnès Azaïs, Florent Patimo, Guilhem Caillard, Jean Baptiste Bourély, Anna Milliard, Lauriane Rialhe, Michael Bourgatte, Hécate Vergopoulos, Tanguy Cornu, Philippe Le Guern, Gaëlle Lesaffre, Camille Jutant.

À Anaïs Truant, amie, collègue, complice, *partner in crime*, présence vitale.

À Virginie Spies, pour son soutien, son écoute, ses conseils et pour la grande aventure théâtrale dans laquelle elle m'a convaincu de m'engager (d'une manière dont le souvenir reste encore aujourd'hui flou).

À Ludivine Neveu, pour son soutien subtil et indéfectible, sa bonne humeur, sa compréhension, ainsi que pour avoir eu la patience infinie de me supporter en pleine dernière partie de rédaction de thèse.

À toute l'équipe de la compagnie SémioProd : Virginie Spies, Anaïs Truant, Ludivine Neveu, Adrian Emeric, Guillaume Hidrot, Françoise Kmiec, Stéphanie Barquet, Jasmine Bourkiza, Louise Rasse.

À Jean-Yves Bergier, pour être et rester une constante source d'inspiration.

À Valentin Léonard, pour être un ami d'une grande valeur et une présence infaillible.

À Mathieu et Antoine Pradalet, mes *bros*. L'aventure ne fait que commencer.

À Bruno et Pauline Pradalet, pour leur patience et leur hospitalité à tout épreuve.

À ceux qui, malgré la distance, demeurent des présences fortes, à la fois apaisantes et inspirantes : Marine Tondelier, Sophie-Agnès Eva, Ambroise Fensterbank, Kieran Leong.

À Jeanne-Sophie Fort, pour les nombreuses conversations passionnantes.

Aux amis et aux proches de manière générale, pour leur présence bienveillante, leur patience et l'inspiration qu'il m'ont donnée.

À mes parents tout spécialement, Danièle Labrousse et Hervé Theurel, pour leur patience, leur soutien inconditionnel, leur compréhension, leur aide et leur curiosité.

À toutes celles et tous ceux qui ont accepté de donner de leur temps pour se plier à l'exercice de l'entretien.

Enfin, mes remerciements ne vont pas à Mark Zuckerberg, qui m'a fait perdre beaucoup de temps.

RÉSUMÉ

Cette recherche, réalisée en partenariat avec le Marché du Film de Cannes, s'attache à appréhender l'impact qu'exercent les évolutions des outils numériques de diffusion sur les spectateurs de cinéma dans un contexte festivalier. A l'envers des rhétoriques fonctionnant sur l'idée d'une *rupture positiviste* dans les pratiques des individus, particulièrement dans un contexte où un grand nombre de représentations médiatiques présentent les évolutions numériques comme « révolutionnaires », nous nous sommes efforcé de saisir ce qui constitue la *complexité* des pratiques et représentations des spectateurs, tant dans leurs aspects évolutifs que dans leurs aspects de continuité, dans le contexte de ce que nous avons nommé le *régime numérique*.

Nos deux principaux terrains d'étude, le Marché du Film de Cannes et le Festival de Kinotayo, nous ont permis de considérer notre questionnement sous deux angles : celui de l'impact direct des relais numériques sur les pratiques et représentations des spectateurs en situation collective, mais également celui de l'impact des technologies numériques de diffusion sur la forme de l'entité festivalière elle-même.

La problématique du *mouvement spectatorial* permis par les usages des relais numériques de diffusion débouche ainsi, dans le contexte éminemment sédentaire de l'activité cinématographique, sur de multiples enjeux d'importance : questionnant à la fois la portée de l'hypothétique individualisation d'une pratique collective, les perspectives renouvelées d'interaction des individus avec la chaîne cinématographique mais également les limites évolutives de ce qui constitue la forme « festival ». C'est ainsi une dynamique de reconfiguration multidimensionnelle de l'expérience collective cinématographique et festivalière qui apparaît dans cette recherche. Entre sphère collective et sphère privée, entre imaginaires « traditionnels » et pratiques évolutives, elle ancre l'évolution des pratiques et représentations en régime numérique non dans une optique de rupture, mais bien dans une optique de continuité.

Mots-clés : cinéma, forme « festival », diffusion numérique, spectateurs, Marché du Film de Cannes, Festival de Kinotayo, complexité, sphères collective et privée

ABSTRACT

This research, conducted in partnership with the Cannes Film Market, seeks to understand the impact exerted by digital diffusion technologies on the moviegoers in the collective context of festivals. Unlike theories associating the practices of individuals to the idea of a positivist break, particularly in a context where a large number of medias describe digital evolutions as "revolutionary", we have tried to grasp the complexity of the practices and representations of spectators, both in their evolutionary and continuity aspects, in the context of what we have called the *digital era*.

Our two main study fields, the Cannes Film Market and the Kinotayo Festival, have allowed us to tackle our questions from two perspectives: that of the direct impact of digital tools on the practices and representations of spectators in a collective situation, but also that of the impact of digital diffusion technologies on the festival entity itself.

The question of the spectators' *movement* allowed by the uses of digital diffusion tools leads us, in the context of the highly sedentary cinematographic activity, to several issues of importance : questioning the potential individualization of a collective practice, questioning the renewed possibilities of interaction between the spectators and the cinematographic chain, but also questioning the evolving limits of what is known as "festivals". Thus appears, in this research, a multidimensional dynamic of reconfiguration of the collective festival and cinema experiences. Between the collective and private spheres, between "traditional" representations and evolving practices, this study shows us that the evolution of practices and représentations in a digital context is not about the idea of a break, but about the idea of continuity.

Key-words : cinema, festivals, digital diffusion, spectators, Cannes Film Market, Kinotayo Festival, complexity, collective and private spheres

SOMMAIRE

INTRODUCTION..... p. 15

PARTIE 1 : CONTEXTUALISATION DE L'ÉTUDE p. 47

Chapitre 1 : les pratiques cinématographiques à l'ère numérique : quelle(s) réalité(s) ? p. 49

1. Une « ère numérique » ?..... p. 49

2. Le « paradigme de la mobilité » : une problématique au centre de cette étude
..... p. 55

3. L'éclatement des traditionnelles catégories du public et du privé : la problématique de l'hybridation p. 60

4. L'analyste et le piège du raccourci : la catégorie de la « nouveauté » et ses usages
..... p. 66

La question d'une certaine production de sens via les relais médiatiques et les discours positivistes de la nouveauté p. 66

De la nécessité de dépasser les discours de la rupture : perspectives historiques de la 3D et cas de « l'ère numérique » p. 70

Le « nouveau spectateur » face à ses contradictions : de la nécessité pour l'analyste de privilégier le crochetage de serrure au bélier p. 76

5. Une expérience spectatorielle « numérisée » ? p. 84

Les technologies numériques de diffusion : une forme d'écriture aux caractéristiques spécifiques p. 84

<i>Une esthétique numérique de diffusion ?</i>	p. 86
<i>Hétérogénéité de l'expérience spectatorielle en contexte numérique</i>	p. 89
<i>Les technologies numériques mobiles : le sédentarisme spectatorial bouleversé...</i>	p. 93
<i>Une « anthropologie du spectateur » renouvelée ? Les reconfigurations de l'espace et de la temporalité des rituels sociaux en terrain festivalier</i>	p. 98

Chapitre 2 : approcher le terrain d'enquête p. 103

1. De la construction des objets étudiés p. 103

Le choix des dispositifs analysés : Le Marché du Film de Cannes et le Festival de Kinotayo p. 103

Construction de la méthodologie de recherche p. 108

2. La forme « festival » à l'épreuve du régime numérique p. 119

Une terminologie en mutation p. 119

Des caractéristiques transversales p. 127

3. Le Marché du Film de Cannes p. 134

Quel dispositif à étudier ? p. 134

Quelles caractéristiques du Marché du Film par rapport aux autres marchés cinématographiques ? p. 136

Appréhender le dématérialisé dans le contexte d'un espace festivalier spécifique : la complexification de l'expérience faite d'un espace-temps p. 138

En quoi les usagers du Marché du Film, médiateurs/prescripteurs professionnels, sont-ils analysables en tant que spectateurs ? p. 140

Usagers du Marché du Film et réflexivité p. 144

4. Le Festival de Kinotayo p. 148

Quel dispositif à étudier ? p. 148

Le Festival de Kinotayo et les dispositifs de diffusion numérique, ou comment désenclaver l'expérience festivalière p. 150

Appréhender le dématérialisé dans le contexte d'espaces multiples : le dématérialisé complexifiant un espace-temps p. 153

Approche d'un public « semi-dispersé » et d'expériences festivalières restructurées : une communauté interprétative au sens classique du terme ? p. 156

PARTIE 2 : L'ENQUÊTE ET SES DEUX VOILETS..... p. 159

Chapitre 3 : le spectateur en régime numérique face à l'espace-temps festivalier : entre sphères collective et privée, quelles hybridations et évolutions de l'expérience festivalière ? p. 161

1. Présentation des protocoles d'enquête 2009, 2010 et 2011..... p. 162

2. Géographie du Marché du Film de Cannes..... p. 171

Les paliers d'intimité : les dispositifs permettant les relations inter-usagers et la construction de l'implication des spectateurs/acheteurs p. 171

Déléguer le pouvoir de séduction de l'œuvre p. 177

Un espace semi-public ou semi-privé ? p. 185

3. Usagers, vendeurs, acheteurs, médiateurs... Spectateurs..... p. 191

Le processus de choix des usagers/médiateurs : modalités et influences des dispositifs numériques p. 191

Les usagers du Marché du Film : du médiateur public au public médiateur p. 194

La question des « paliers de réception » chez les spectateurs-médiateurs professionnels p. 199

Exclusivité et valorisation p. 203

4. Les corps sauvages : le sédentarisme traditionnel de l'activité spectatorielle cinématographique à l'épreuve du paradigme de la mobilité..... p. 211

Cosmogonies spectatorielles numériques p. 211

Le « voir ensemble » individualisé : le cas du Short Film Corner p. 216

Spectateurs et reliance : la dimension symbolique élargie du « voir ensemble » p. 223

Quelle légitimité culturelle en régime numérique ? p. 227

Une co-construction complexifiée du pacte de réception : l'hypothèse d'un régime du « méta-spectateur » p. 231

5. La gestion du temps social spectatorial au sein de l'espace-temps festivalier..... p. 238

<i>La désynchronisation des rituels sociaux festivaux</i>	p. 238
<i>Des dimensions renouvelées insufflées dans la gestion du temps et l'évolution des significations y étant associées</i>	p. 246
6. Bilan de l'enquête cannoise et perspectives	p. 255
<i>Les modalités d'interaction du spectateur en régime numérique : idées reçues et perspectives</i>	p. 255
<i>Une double dynamique : le floutage croissant des frontières spectatorielles et la personnalisation inédite des statuts individuels</i>	p. 261
<i>Entre mobilité et sédentarisme de la projection cinématographique, entre sphères publique et privée : une réalité spectatorielle nuancée</i>	p. 264
<i>Quelles limites aujourd'hui aux processus numériques de diffusion ?</i>	p. 267
<i>Perspectives pour la forme « festival » : imaginaires et terminologies</i>	p. 269
Chapitre 4 : le spectateur face à l'espace-temps festivaux en régime numérique : vers une reconfiguration de l'imaginaire festivaux ?	p. 273
1. Présentation des protocoles d'enquête 2009 et 2010	p. 274
2. Des dispositifs numériques de diffusion complexifiés : reconfigurer l'espace	p. 282
<i>Le dispositif Smartjog : quel(s) usage(s) ?</i>	p. 282
<i>Approche d'un processus de dispersion festivaux</i>	p. 285
<i>Les espaces de Kinotayo</i>	p. 289
3. La forme « festival » à l'épreuve de la dématérialisation et de la dilatation de son espace-temps : le numérique comme substitut ou comme extension ?	p. 292
<i>Le « règne de la salle » ? Imaginaires de cinéma Vs imaginaires de rupture</i>	p. 292
<i>Vers un spectateur online ?</i>	p. 298
<i>L'incarnation de l'expérience spectatorielle : aspects irréductibles</i>	p. 304
4. Resynchroniser les rituels sociaux festivaux : les technologies numériques comme créatrices de modalités renouvelées de l'être ensemble	p. 310
<i>Mettre en scène un rapport au numérique</i>	p. 310
<i>Des imaginaires festivaux en mouvement ?</i>	p. 316
<i>L'appartenance festivaux : conscience spectatorielle et perspectives</i>	p. 322

<i>Evolutions de l'activité spectatorielle en amont de l'expérience de l'œuvre : spectateurs et usages des hypermédias</i>	p. 329
<i>Au-delà du « voir ensemble » : « expérimenter ensemble »</i>	p. 335
5. Bilan de l'enquête au Festival de Kinotayo et perspectives	p. 341
<i>Le rapport au réel : représentations diverses et évolutives</i>	p. 341
<i>Une recreation sans cesse renouvelée du lien spectatorial : un déplacement des frontières de l'expérience collective ?</i>	p. 346
<i>Les reconfigurations des imaginaires festivaliers : horizons en régime numérique</i>	p. 351
CONCLUSION	p. 357
INDEX DES TERMES TECHNIQUES	p. 367
BIBLIOGRAPHIE	p. 369

INTRODUCTION

En ce jour froid du 7 Décembre 2009, l'analyste est désorienté : il ne trouve pas le lieu de diffusion cinématographique auquel il tente de se rendre. S'aidant de cartes interactives via son accès Internet mobile, il cherche dans les rues de Paris l'un des espaces occupés par le festival cinématographique de Kinotayo. Ce n'est pourtant pas sa première visite dans le cadre de cet événement. Il s'est ainsi déjà rendu dans trois des autres espaces occupés par le festival : un dans le centre-ville de Paris, un autre en banlieue parisienne et un troisième en province, à Montpellier. C'est ce même jour que l'analyste, une fois arrivé à bon port, va rencontrer Geneviève, une spectatrice du festival. Geneviève possède, au premier regard, les caractéristiques d'une festivalière cinématographique « classique » : passionnée, avide d'exclusivités, désireuse de développer son érudition, encline aux débats avec les équipes de production venues présenter leurs œuvres. Geneviève s'avoue toutefois un peu désorientée par rapport à d'autres festivals, qu'elle qualifie de « plus traditionnels » et auxquels elle a pu participer dans sa carrière de spectatrice. Le festival de Kinotayo – nommé depuis sa création en 2006 « Festival du film japonais contemporain à l'ère du numérique » et devenu, lors de son édition 2011, « Festival du cinéma japonais contemporain de Paris » – n'est ainsi pas concentré dans un espace spécifique homogène : grâce à un dispositif pointu de diffusion numérique, ses organisateurs ont entrepris de le disperser géographiquement, le faisant se dérouler simultanément dans plusieurs lieux en France. Cette simultanéité n'est pas totale : les mêmes films ne sont pas nécessairement diffusés aux mêmes horaires dans des salles différentes. La simultanéité ici considérée tient plus à l'expérience des individus, spectateurs durant la même période d'un même festival et pourtant parfois séparés par des centaines de kilomètres. Cette distance pose la question du sentiment de *partage* de l'expérience festivalière : un spectateur de Montpellier et un autre de Paris auront-ils l'impression de participer à un même événement ? Geneviève reconnaît un usage intense de son *Smartphone*, téléphone numérique multimédia dit *nouvelle génération* :

toutes les informations dont elle a besoin concernant le festival, elle les trouve en quelques minutes depuis son accès Internet mobile et personnalisé. Questionnée sur la manière dont elle vit le festival, elle avoue toutefois qu'il lui est difficile à certains moments d'avoir l'impression de participer à une telle manifestation, lui préférant d'autres terminologies, telles « cycle de programmation » ou « événement ». Le rapport au collectif que Geneviève associe communément à la notion de festival se trouve donc ici quelque peu flouté et met en lumière une interrogation soulevée par la démarche du Festival de Kinotayo : comment est-il possible pour des individus, par-delà un éloignement géographique dont les possibilités se trouvent décuplées à travers les outils numériques, de se *sentir ensemble* ?

Le Festival de Cannes, lors de son édition 2010, proposait un autre exemple de simultanéité. La cérémonie d'ouverture ainsi que le film qui la suivait, *Robin Hood* de Ridley Scott, se trouvaient grâce à des dispositifs numériques diffusés en temps réel dans de nombreuses salles de cinéma en France. Les technologies de diffusion numérique permettaient ainsi à de nombreux spectateurs de devenir festivaliers cannois le temps d'une séance, partageant non seulement un film en même temps que les spectateurs de la Salle Lumière, mais également l'effervescence médiatique et sociale le précédant, notamment à travers la célèbre montée des marches du palais. Encore une fois, nous avons ici affaire à une situation questionnant, à travers l'évolution des dispositifs de diffusion et les reconfigurations géographiques qu'ils permettent, les limites et perspectives de *l'être ensemble* festivalier.

L'enquête menée dans l'enceinte du Marché du Film de Cannes lors de trois de ses éditions – 2009, 2010 et 2011 – nous a révélé une réalité plus complexe encore concernant les extensions individuelles des modes numériques de diffusion. Si les dispositifs de simultanéité de l'expérience évoqués plus haut ne sont pas parmi ceux ici développés, le Marché du Film se déroulant dans un espace-temps spécifique et homogène, la manifestation met en revanche en œuvre des dispositifs de plus en plus individualisés de visionnage, fonctionnant le plus souvent en interaction étroite avec les relais numériques des individus – pour la plupart professionnels de l'industrie cinématographique. En résulte une appropriation croissante du temps et de l'espace de la manifestation, de moins en moins dépendante d'une temporalité fixe des diffusions

collectives. La question de l'individualité de l'expérience cinématographique en situation collective se pose alors. Comment une expérience traditionnellement fondée sur une démarche collective dans une unité de lieu peut-elle, tout en restant cantonnée à cet espace, se trouver fragmentée ? Plus que les limites et perspectives de l'*être ensemble*, ce sont alors celles du *voir ensemble* qui sont ici interrogées.

D'un festival à un marché cinématographique international – lui même rattaché à un festival, l'analyste se trouve donc ici face à deux dynamiques, à la fois contradictoires et complémentaires, entraînées par l'évolution des outils numériques de diffusion : un *rapprochement du lointain* et une *fragmentation du proche*. Les deux manifestations, en mettant en lumière dans un même mouvement certaines caractéristiques et enjeux transversaux de la forme « festival », interrogent l'évolution de la place du spectateur dans l'expérience cinématographique. Au niveau de l'individu, qu'il soit spectateur « classique » ou usager professionnel, l'enjeu qui se dessine est le même : celui de l'évolution des outils de diffusion et de la reconfiguration des rapports sociaux qu'ils entraînent dans des espaces-temps spécifiques.

Un certain nombre d'évolutions d'ampleur dans les pratiques et représentations socioculturelles se sont structurées depuis la fin des années 90 autour de l'évolution des outils numériques et notamment autour des relais mobiles individuels, entraînant une évolution du rapport au temps et à l'espace sociaux. Hartmut Rosa, en analysant les phénomènes d'accélération technique dans son ouvrage *Accélération. Une Critique sociale du temps*, postule que les technologies « compressent l'espace ». Le temps serait quant à lui dilaté dans des dimensions parfois contradictoires : les technologies en feraient gagner tout en consommant beaucoup également. Quelles conséquences les multiples dynamiques que nous avons évoquées plus haut ont-elles sur les rapports qu'entretiennent les spectateurs avec les films et l'expérience des salles de cinéma ? Andréanne Pâquet (2003, p. 37) a mis le doigt sur une première forme historique de « déritualisation » de la sortie au cinéma ayant été entraînée par l'apparition de la vidéocassette et des supports de diffusion individualisés. En plus d'une réappropriation de la temporalité du visionnage, cette forme de déritualisation consiste en une fragmentation du collectif de la sortie en salles en sphères plus réduites, le stade le plus « extrême » en étant le visionnage individuel dans le strict domaine de la sphère privée.

Cette forme de déritualisation, principalement permise aujourd'hui par les supports DVD et *Blu-ray*, est toutefois conditionnée par des relais de diffusion majoritairement *fixes*. Or, c'est désormais du côté de la dématérialisation des supports des œuvres que les outils numériques de diffusion nous révèlent la principale dimension qu'ils ont insufflée à l'individualisation : la *mobilité*.

« La transition vers la mobilité individuelle communicante et ses nouveaux rapports au temps, aux lieux, au corps, aux autres et à l'environnement, induit non seulement une nouvelle vague d'innovations dans les outils et les services, mais également une transformation en profondeur des acteurs. »
(Amar, 2010, p. 194)

La réappropriation individuelle de l'expérience cinématographique permise par les outils de diffusion numériques s'inscrit-elle dans la continuité de celle permise par son illustre ancêtre analogique, la VHS, ou s'inscrit-elle dans une dynamique résolument nouvelle ? Il nous faut, pour aborder cette question, nous interroger tout d'abord sur ce que sont les outils numériques et le contexte dans lequel ils s'inscrivent.

Une « ère numérique » ? Éléments de contextualisation

Comment appréhender non seulement les évolutions récentes du rapport entre individus et cinéma, mais plus largement la nature des évolutions sociales, culturelles et technologiques ayant marqué le début du XXIème siècle ? En ce genre de contexte marqué par la complexification rapide des outils et comportements, il est difficile d'éviter les discours et raccourcis naïfs postulant l'idée d'une *révolution*. Les discours entourant les évolutions numériques sont pour la plupart positivistes : dans ce que Claude Lévi-Strauss appelle une « société chaude » (1999, p. 122), la symbolique de l'innovation est en effet au centre du fonctionnement politique, social et culturel. L'analyse des évolutions numériques de début de XXIème siècle est délicate car sous la terminologie trop souvent utilisée de la *nouveauté* se cachent des dynamiques mouvantes qui, à défaut de présenter une véritable nouveauté, se reconfigurent en évoluant à des rythmes divers. Le tableau global, s'il est animé d'un mouvement notable,

demeure peint à l'aide des mêmes outils immuables. Les dynamiques et comportements sociaux liés à l'usage des outils numériques, si souvent décrits en invoquant l'idée d'une rupture avec le passé, n'ont dans l'essentiel rien de fondamentalement nouveau : c'est leur *ampleur* qui est inédite, pas leur nature profonde. Le *nouveau* n'est alors en fait qu'une *reconfiguration de l'existant*, ce que Georges Amar appelle une « réécriture innovante du passé » (2010, p. 21).

Un ouvrage tel l'étude collective *Cinéma et dernières technologies* est à ce titre rétrospectivement assez heuristique. Paru en 1998, il serait alors, selon une stricte vision positiviste et au vu des évolutions technologiques numériques ayant depuis vu le jour, désormais obsolète. Or, les auteurs – qui y préfèrent le terme « dernières » à celui de « nouvelles », plus communément utilisé – y évoquent des dynamiques structurelles dépassant la simple ponctualité des évolutions technologiques alors en cours. Pourquoi un tel ouvrage garde-t-il sa pertinence une fois placé dans un contexte postérieur où la majorité des évolutions technologiques sur lesquels il basait son analyse ont été dépassées ? Il s'agit là d'une interrogation se situant au fondement de notre approche : par-delà la spécificité des évolutions technologiques et des reconfigurations des pratiques sociales et culturelles qu'elles opèrent se trouvent des dynamiques et représentations plus profondes, dont la structure se retrouve quel que soit le contexte historique étudié. Nous n'approcherons pas les évolutions apportées par les outils numériques tant en termes de *nouveauté* qu'en termes d'*extensions*, de *reconfigurations* et de *continuités*. Comme l'indique Jean-Claude Passeron :

« Le sociologue devrait laisser à la transe futurologique les scénarios de science-fiction. *Mutation* comme *révolution* sont de ces mots pondéreux qui retombent avec régularité sur les pieds des sociologues imprudents (...). »
(1991, p. 299)

Genesis P. Orridge, chanteur du groupe pionnier de la musique industrielle *Throbbing Gristle*, a décrit à plusieurs reprises la manière dont le numérique dessert selon lui l'idéal du groupe de musique, notamment à travers le risque accru de délitement du lien entre les individus. Est-ce un constat que l'on peut développer au-delà du strict contexte musical dont il est ici fait mention et appliquer au domaine cinématographique ? La

réalité est, comme souvent, plus complexe et nuancée. Dans quelle mesure les outils numérique, au-delà de discours globalisants, éloignent-ils et rassemblent-t-ils à la fois les individus à travers des dynamiques diverses mais complémentaires ? La nuance de ce questionnement ne se trouve pas dans l'un ou l'autre de ces deux pôles, mais bien entre les deux, dans la complexité inédite des interactions et mouvements entre le collectif et l'individu, les sphères du public et du privé.

Laurence Allard, à travers son concept « d'extimité à facette des individus » (2009, p. 64), s'efforce de saisir un aspect fondamental de cette complexité. Elle parle ainsi d'une identité *clubiste* des individus en régime numérique et tout particulièrement concernant les *digital natives*, générations ayant grandi avec l'émergence de ce qui est communément appelé les « nouvelles technologies ». Cette idée d'identités individuelles multidimensionnelles et en perpétuel mouvement, découlant d'un éclatement des traditionnelles frontières des sphères de sociabilité et de l'accès à l'information, rejoint celle, développée par Michel Maffesoli, du passage de l'identité aux identifications (2004, p. 87) dans ce qu'il nomme l'ère *post-moderne*. Pour l'auteur, l'individu n'a désormais plus une identité linéaire dépendante des traditionnelles sphères sociales. Il peut au contraire, à travers la porosité sociale croissante permise par l'évolution des outils de communication, élargir de manière inédite ses interactions, effectives ou symboliques, et construire son identité en puisant dans des sources de plus en plus diverses. Les médias numériques que sont les réseaux sociaux virtuels ou la *blogosphère* constituent alors, dans la continuité de ces concepts, une plateforme permettant le déploiement de l'individualisme expressif (Allard, 2009, p. 66). Nous pouvons discerner d'un côté tout un aspect structurel de l'évolution permise par les médias numériques en ce qu'ils influencent les représentations, les questionnements et les canons esthétiques d'une période. Le site web de vidéo en *streaming Youtube* offre un bon exemple de cet aspect en ce qu'il s'agit d'un média influencé à la base par l'imaginaire et l'esthétique cinématographiques, influençant à son tour la création cinématographique par les spécificités et potentialités de son format. Il y a là un véritable effet circulaire, une boucle de rétroaction dont chaque format se nourrit, conditionnant au passage l'évolution des imaginaires spectatoriels. Il y a de l'autre côté un aspect plus ponctuel permis par ces médias numérique : c'est la diffusion croissante de la parole accordée aux spectateurs, l'interaction étendue qu'elle permet entre les individus et la chaîne

cinématographique, et l'influence ainsi exercée sur le processus de création des œuvres. Nous reviendrons sur ce double aspect des médias numériques plus tard dans cette recherche.

L'un des principaux effets du développement des outils numériques semble donc être l'hybridation croissante des sphères sociales traditionnelles qu'ils entraînent.

« L'optimisation de la mobilité d'un territoire n'est plus la recherche du *mode idéal*, mais la variété elle-même, intégrant modes rapides et lents, mécanisés et doux, individuels et collectifs (et leurs mix), etc. » (Amar, 2010, p. 19)

Ce dont il est ici question est la mise en correspondance croissante des réseaux et individus que Georges Amar nomme la « multimodalité ». L'appellation « ère numérique » serait alors une manière de désigner une période avant tout caractérisée par la *transversalité culturelle*. Laurence Allard décrit cette notion comme relevant d'une « culture de l'échange généralisée qu'il s'agit de préciser comme *culture du transfert* », avant tout caractérisée par des « pratiques symboliques et matérielles de transfert de contenus expressifs » à travers les possibilités offerts par les outils numériques (2009, p. 60). La non-linéarité devient ainsi un concept-clef pour saisir les évolutions des pratiques spectatoriennes liées aux outils numériques. La notion d'*hyper-média* est à ce titre éclairante. Pour Jacques Rhéaume, les hypermédias « se définissent par leur mode non-linéaire ou non-séquentiel de conception et de lecture de textes (hypertextes), d'une part, et de portions d'informations audiovisuelles (hypermédias), d'autre part »¹. Si la notion d'hypermédias préexiste aux supports informatisés, l'usage des technologies numériques lui a résolument conféré une ampleur inédite, devenant l'une des principales modalités d'accès et de gestion de l'information.

A quoi correspondent exactement les outils recoupés sous l'appellation « nouvelles technologies » ? Quelle réalité et quels imaginaires cette terminologie porte-t-elle ? Le concept de dématérialisation numérique est un concept multidimensionnel, désignant plusieurs réalités parfois contradictoires. La définition par le site web collaboratif

¹ Voir « Les hypertextes et les hypermédias », <http://www.sites.fse.ulaval.ca/reveduc/html/vol1/no2/heth.html>

Wikipedia des « nouvelles technologies » est analysable dans la mesure où elle permet d'approcher ce que cette notion recoupe dans le discours commun et l'imaginaire collectif. *Wikipedia* étant statistiquement l'une des sources d'informations les plus utilisées sur Internet et l'écriture des articles y étant accessible à tout individu doté d'une connexion, ce n'est pas la justesse objective de la définition qui nous intéressera ici mais, au contraire, ses approximations et zones de flou théoriques. Ce type de définition nous permet de saisir la manière dont certains pans de discours concernant la thématique technologique s'ancrent dans un imaginaire collectif parfois contradictoire. Un exemple de ce type de contradiction peut être mis à jour dans cette citation de Georges Amar : « les changements de paradigmes sont des *révolutions*, sans pour autant faire table rase du passé » (2010, p. 31). L'auteur entend y utiliser le concept de révolution en l'expurgeant de la notion de changement radical qu'il implique. Pourquoi ne pas alors simplement utiliser la terminologie d'*évolution* ?

« Mutation ? Révolution ? Il y en a tant eu ici et là, qui n'apparaissent plus, rétrospectivement, dans l'histoire de la culture ou de la technique que comme figures transitoires d'une évolution dont les contemporains se faisaient une idée dont la naïveté et l'émerveillement nous font aujourd'hui sourire. Le désir s'assister en direct à un chambardement qui marquera l'avenir, pour le meilleur ou le pire, est de toutes les époques. » (1991, p. 299)

La définition proposée par *Wikipedia*, en date du 26 Décembre 2010², opère un rapprochement fort entre la notion de *nouvelles technologies* et celle, plus spécifique, des NTIC (*Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication*) :

L'expression médiatique « nouvelles technologies » concerne des domaines très évolutifs et divers des techniques, pouvant tout aussi bien recouvrir :

- *au sens large, toute la « haute technologie »*
- *au sens étroit, les nouvelles techniques de l'information et de la communication (NTIC) (Internet, iPhone, station Nano Mod, protocole Bluetooth...) (...)*

² http://fr.wikipedia.org/wiki/Nouvelles_technologies

Les NTIC regroupent les innovations réalisées en matière de volume de stockage et de rapidité du traitement de l'information ainsi que son transport grâce au numérique et aux nouveaux moyens de télécommunication (fibre optique, câble, satellites, techniques sans fil). Leur impact s'étend sur de multiples domaines, notamment sur notre mode de vie et notre économie. Les secteurs de production et d'utilisation de ces nouvelles techniques acquièrent une part croissante du PIB des économies développées et émergentes, d'où le concept de « nouvelle économie » ou « économie du savoir ». Cela ne fait pas disparaître l'économie traditionnelle, mais fait du savoir et de la connaissance, des éléments clés de la compétitivité économique.

Cette définition ne donne toutefois à aucun moment une explication précise du terme « nouvelles », en dehors d'un vague « toute technique a nécessairement été *nouvelle* au début de son histoire ». Un paradoxe terminologique se fait ici jour dans l'imaginaire collectif, inhérent à toute utilisation du concept de la *nouveauté*. La nouveauté n'existe que par rapport à un contexte précis. C'est pourquoi nous n'utiliserons pas, dans le cadre de ce travail, l'appellation *nouvelles technologies*. Nous lui préférons la terminologie, à la fois plus ciblée et flexible, *d'évolution des outils numériques* car il s'agit là du domaine qui nous intéressera tout particulièrement : l'évolution des modes de dématérialisation numérique des données et ses conséquences sur les pratiques des individus. Nous n'utiliserons ainsi pas la terminologie des NTIC, recoupant un domaine d'application plus large que celui des technologies numériques. Il est toutefois à noter que la notion *d'outils numériques* désigne parfois également dans l'imaginaire collectif un domaine d'application arbitraire : à titre d'exemple, ce qui est recoupé sous cette notion exclut souvent le cas du *Compact Disk*, format numérique ayant historiquement succédé aux disques vinyle comme support privilégié par l'industrie musicale. Si le *Compact Disk* fonctionne sur le principe de la dématérialisation des données, son format reste matériel dans la manière dont il est utilisé et échangé. Il faudra attendre que les progrès de l'informatique permettent aux individus d'extraire les données en question et de les transférer sans support matériel contraignant pour que le concept de dématérialisation entre dans les représentations des individus au sens large. Le domaine d'application ici évoqué, lorsqu'il est question *d'outils numériques*, semble donc plutôt être celui commençant à la fin des années 90 avec les débuts de la diffusion grand public

d'Internet, des relais multimédias personnalisés et des outils de création numériques. Un flou terminologique certain entoure la vitesse à laquelle les innovations numériques voient le jour, ce qui nous conduira dans cette recherche à une vigilance sémantique constante.

Nous nous focaliserons, dans le cadre de cette recherche, non sur les outils numériques de création, mais plutôt sur l'évolution des **outils numériques de diffusion**. Il est certain que les modes de diffusion influencent en partie les créateurs et que les outils de création vont conditionner dans une certaine mesure les modes de diffusion. Il va toutefois s'agir ici de se concentrer sur l'expérience du spectateur, sur la manière dont il est confronté aux œuvres, c'est à dire à travers les manières dont ces dernières sont diffusées. Nous laisserons donc la technologie 3D et les techniques numériques de création d'images en-dehors du cœur de l'analyse, même si elles questionnent par ailleurs des notions importantes de l'expérience spectatorielle, comme le rapport au *croire* et la question de l'interaction avec l'œuvre à travers les techniques d'*immersion sensorielle*. Nous mentionnerons la technologie du relief uniquement pour illustrer le fonctionnement des discours entourant les innovations numériques.

Cette notion d'outils numériques de diffusion recoupe principalement, à la base, deux volets : l'évolution des technologies de diffusion, mais également celle des stratégies de diffusion. Ces stratégies, reposant sur l'essentiel sur l'usage des médias numériques, sont notamment marquées par le phénomène de *self distribution* dont les possibilités se trouvent exacerbées depuis la mise en place et la diffusion des médias numériques et la complexification des sphères de sociabilité permise par des outils tels que *myspace*, *facebook*, *twitter* ou la blogosphère. Elles permettent aux créateurs de contourner les contraintes industrielles traditionnelles et de construire un public en amont. Un cas célèbre de ce contournement des contraintes traditionnelles des industries culturelles est celui du site web *My major company*, permettant à tout individu de participer à la production d'une œuvre cinématographique. Aujourd'hui, les publics ont tendance à cumuler de plus en plus trois aspects, interagissant à travers une complexité croissante. Ils sont à la fois consommateurs, prescripteurs et producteurs. Un véritable « actionnariat » du public qui se substitue de plus en plus à la fonction de production. Cela nous renvoie à la notion de *crowdsourcing* : faire de la foule une source en lui

donnant les moyens de s'impliquer activement dans un processus socioculturel où elle était traditionnellement cantonnée à un rôle de spectateur.

« Dans l'histoire des techniques et de l'innovations technologique, Internet et le mobile sont exemplaires de ce qu'on appelle le *user-turn*, qui introduit l'utilisateur dans le processus d'innovation. » (Allard, 2009, p. 63)

Les publics sont aujourd'hui plus que jamais engagés dans un processus de redéfinition de leur propre statut et de celui des auteurs. Plus que jamais, les spectateurs se sont constitués en communautés de consommateurs interconnectés. « Le XXI^{ème} siècle sera celui de la personne augmentée », nous dit Georges Amar (2010, p. 70). L'auteur y associe ce concept à celui de l'*empowerment*, aussi appelé « autonomisation », qu'il définit comme « la prise en charge de l'individu par lui-même, de sa destinée économique, professionnelle, familiale et sociale » (2010, p. 47). Nous n'étudierons pas ici les stratégies numériques de diffusion en tant que telles, mais plutôt les manières pour les individus de s'en faire les récepteurs, principalement à travers l'accès à l'information permis par les relais individuels mobiles.

L'évolution des dispositifs numériques de diffusion recoupe deux aspects : les dispositifs numériques de diffusion professionnels et les outils numériques dits « grand public », principalement les relais personnalisés de l'Internet mobile. Ces deux sphères ne sont pas hermétiquement distinctes car elles partagent certains outils et s'influencent l'une l'autre : l'innovation se structurera principalement dans la sphère professionnelle – plus exigeante en technique – avant de se diffuser dans la sphère « grand public », tandis que dans cette dernière se structureront les usages et manières d'utiliser les outils qui conditionneront la nature des innovations réalisées en amont. L'Internet mobile reste un terrain nouveau, plus récent dans son développement et sa diffusion que l'Internet fixe. Ce dernier a, tout au long des années 2010, suivi un processus de diffusion continue : l'étude « L'audience de l'Internet en France », réalisée par la société Médiamétrie en Avril 2010, nous indique que 67,1% de la population française a accès à Internet. En 2008, ce chiffre s'élevait à 60%. Le développement des utilisateurs de l'Internet mobile et la diffusion de ses relais semblent suivre au fil des années une évolution analogue. Dans son article « Pragmatique de l'Internet mobile – Technologies de soi et culture du

transfert » (2009), Laurence Allard revient sur quelques statistiques, issues d'études réalisées à la fin des années 2008, concernant les usages de l'Internet mobile à travers le cas de la téléphonie et principalement de celui des *Smartphones*, portables numériques multifonctions. Une étude commandée en 2008 par l'Association Française des Opérateurs Mobiles nous apprend ainsi que « 13% des Français de 12 ans et plus ont, en 2008, une carte ou une clé pour la connexion à Internet de leur ordinateur via les réseaux de téléphonie mobile » et que « 22% font un usage Internet (e-mail ou web) de leur mobile » (Allard, 2009, p. 60). Si l'on se concentre sur la tranche d'âge des 12-24 ans, ce taux d'usage Internet du mobile monte d'ailleurs à 34%. Deux ans plus tard, l'étude « Mobile Consumer Insight », réalisée par Médiamétrie en Mai 2010, nous indique que le taux dans la population française de *mobinautes*, utilisateurs Internet mobiles, s'élève à 29,1%. Le taux plus spécifique de possesseurs de *Smartphones* s'élève quant à lui à 20%. Nous voyons, à travers ces chiffres, que les usages mobiles d'Internet et des outils numériques concernent une partie non seulement importante, mais également croissante de la population, et plus particulièrement les plus jeunes tranches d'âge. La problématique des démarches multimédias et multisupports est également essentielle, les outils dont il est ici question étant voués à un fonctionnement basé sur l'interaction avec une multitude d'autres supports. L'étude « Les chiffres-clés du mobile »³, commandée par l'Association Française des Opérateurs Mobiles en 2007, s'axe spécifiquement sur cette problématique du multi-équipement, notamment entre ordinateur et mobile. On y apprend ainsi que « 49% des Français ont à la fois un mobile et un ordinateur connectés à Internet. Chez les 12-20 ans, ce pourcentage monte à 70% » (Allard, 2009, p. 60). Cet aspect multimédia des usages et représentations des individus en régime numérique mobile a été l'une des interrogations principales dans la mise en place de ce travail de recherche.

La problématique

La problématique qui sous-tend ce travail de recherche, réalisé en partenariat avec la région PACA et le Marché du Film de Cannes, se fonde sur un constat simple. L'expérience cinématographique constitue traditionnellement ce que nous pourrions

³ MENRATH J., JARRIGON A, 3^{ème} enquête TNS-Sofres-AFOM

appeler une activité *sédentaire*. L'acte de voir un film, que ce soit dans le cadre du réseau classique des salles, d'un festival ou même dans le cadre de la sphère privée, suppose l'essentiel du temps un rapport spécifique à l'autre, le *co-spectateur*, ainsi que l'établissement d'une norme collective de visionnage.

« (Le moment des premières sorties au cinéma) est aussi celui d'un apprentissage singulier qui prend la forme de ce que l'on pourrait appeler une *socialisation spectatorielle*. Car, pour l'enfant, spectateur de cinéma pour la première fois, il va falloir, s'il veut profiter du spectacle, commencer par apprendre à s'asseoir dans un fauteuil trop grand pour lui, domestiquer, durant près de deux heures, son corps pour ne pas trop gesticuler, apprendre à contenir ses réactions les plus excessives face au film, regarder l'écran et principalement l'écran, même si l'envie démange de se retourner pour regarder les autres regarder. » (Ethis, 2009, p. 6)

Emmanuel Ethis met ici en lumière les caractéristiques fondatrices de ce qu'Andréanne Pâquet nomme le « rituel de la salle obscure » (2003, p. 42). A l'origine de l'expérience cinématographique de trouve ainsi une domestication des corps, une véritable *sédentarisation* consentie de l'individu.

« Le rituel est un phénomène propre à l'ensemble des sociétés : il fait appel à quelque chose de fondamentalement humain, soit l'élaboration de représentations collectives. » (Pâquet, 2003, p. 45)

Andréanne Pâquet propose une définition du rituel applicable à la sortie au cinéma :

« Un événement qui sort du quotidien par des marques de séparation et qui, par une action répétée, condensée, médiatisée, en faisant appel à la parole et au mythe, met en acte les valeurs et axiomes d'une société ou d'un groupe donné, les réaffirme tout en les questionnant et en les redéfinissant. » (2003, p. 42)

Le rituel suppose une constance de la part des individus, qu'elle soit temporelle ou procédurale. C'est cette constance qui est, plus que jamais en régime numérique, questionnée et mise à l'épreuve. Les outils numériques permettent à l'individu de s'appropriier l'espace et le temps avec une ampleur inédite : ils permettent non seulement une reconfiguration spatiale de la « cartographie spectatorielle », mais également une reconfiguration temporelle des rituels cinématographiques. Comme nous l'avons vu précédemment, la période s'ouvrant avec le début des années 2000 semble être avant marquée socialement et culturellement par des dynamiques multidimensionnelles de mobilité.

Georges Amar s'est penché sur les manifestations et caractéristiques de ces dynamiques et de leurs évolutions. Ce que l'auteur nomme le « **paradigme de la mobilité** » trouve son sens, selon lui, dans une tendance ayant acquis une ampleur inédite à travers les innovations techniques et numériques du début du XXI^{ème} siècle : « considérer la mobilité comme moment de vie propice à la vie sociale » (2010, p. 71). Reprenant la notion moderne de paradigme telle que théorisée par l'historien des sciences Thomas Kuhn dans son ouvrage *La structure des révolutions scientifiques* (1962), Amar la décrit comme une « conception théorique dominante d'une époque, admise et intériorisée comme la norme par la communauté scientifique, qui détermine la manière d'appréhender la réalité » (2010, p. 30). C'est avec la notion de *paradigm shift*, que nous pourrions traduire par *changement de paradigme*, qu'il sera alors possible de « caractériser des périodes de transformation globale d'un champ de connaissance et de compétence » (Amar, 2010, p. 31). L'auteur résume cette dynamique, affectant simultanément de multiples sphères sociales, dans un concept simple : *habiter* la mobilité.

« Tiré par la crise écologique latente de la mobilité et poussé par la développement rapide des technologies de l'information et de la communication (TIC), se produit sous nos yeux un véritable changement de paradigme : une évolution profonde et simultanée des usages, des outils, des acteurs, et finalement des valeurs – voire des imaginaires – de la mobilité urbaine. » (Amar, 2010, pp. 15-16)

Amar, afin d'illustrer les effets structurels de ce paradigme, va jusqu'à parler de la figure d'un *Homo Mobilis*, véritable régime comportemental s'étant massivement inscrit dans les pratiques et imaginaires au début du XXIème siècle dans les pays développés.

C'est là que réside le cœur de notre problématique : **la tension entre le sédentarisme traditionnel de l'expérience cinématographique, d'une part, et le nomadisme croissant des pratiques spectatorielles, d'autre part.** Cette tension revêt de multiples dimensions. Il serait à ce titre heuristique pour l'analyste de se pencher sur la consommation privée des œuvres, moins sujette aux contraintes comportementales que la salle de cinéma, ainsi que sur la corrélation existant entre les conditions de l'attention face au film et l'usage des technologies numériques, fixes ou mobiles. Regarde-t-on un film de la même manière dès lors que, dans le cadre de la sphère privée, l'accès à la sphère collective interactive via les réseaux sociaux virtuels et à la source illimitée d'informations que constitue Internet incite à interrompre le visionnage à la moindre lassitude ou interrogation ? Cette problématique de l'attention spectatorielle individuelle en régime numérique serait intéressante à traiter mais elle ne constitue pas le propos de cette étude. Celle-ci a pris le parti d'adopter un angle opposé et complémentaire, à savoir les manières pour les individus non pas d'importer des dimensions collectives et publiques dans le cadre de leur sphère privée, mais bien au contraire d'importer dans le domaine collectif public des pans de cette sphère privée. Ce sont ces manières pour les spectateurs, en situation collective et plus particulièrement festivalière, d'hybrider les espaces et les temporalités qui vont ici nous intéresser. Nous ne nous pencherons donc pas sur l'usage des outils numériques de diffusion dans le cas de la sphère privée, mais au contraire sur leurs usages dans le cadre de sphères publiques collectives. De quelles manières les outils numériques influencent-ils nos manières de vivre et de nous représenter nos rapports au monde, ici dans le cas plus spécifique de l'expérience cinématographique collective ?

L'évolution des usages technologiques et des modes de consommation entraîne une reconfiguration des lieux de sociabilités et des pratiques des spectateurs. Emmanuel Ethis interroge cette évolution à travers l'exemple des vidéoclubs :

« Sans doute faut-il se demande cependant pour combien de temps encore ces derniers conserveront leur double qualité de lieux de sociabilité où l'on échange sur ce que sont les films à voir, et d'espaces où les étals nous font visuellement prendre conscience de tout ce que l'on a déjà vu et de tout ce qu'on pourrait voir. » (2009, p. 50)

Traditionnellement, chaque lieu est socialement attaché à une activité spécifique. Ne dit-on pas « aller au cinéma » pour signifier tant le fait de se rendre dans l'espace d'une salle de projection que celui d'y regarder un film ? A travers les évolutions numériques offertes aux dynamiques sociales de mobilité, cette vision classique se trouve confrontée à une mutation certaine. « Le mouvement *fait* les lieux autant que l'inverse » (Amar, 2010, p. 51). Georges Amar, en distinguant la mobilité de la notion de transport, pousse le raisonnement plus loin : « au lieu de voir le mouvement comme *entre* deux lieux fixés à l'avance (origine et destination), il faudrait considérer, à l'inverse, les lieux comme *entre deux mouvements* » (2010, p. 54).

Emmanuel Ethis évoque une dynamique importante soulevée par l'usage grandissant des technologies numériques par le « grand public » : la mobilité croissante et multidimensionnelle des spectateurs, à laquelle l'usage des technologies numérique confère une ampleur inédite.

« Se dessine de la sorte une cartographie des *déplacements cinéphiles* repérés entre deux pôles extrêmes : le lointain et l'*ultra-proximité*. Le premier correspond au développement très important des déplacements des amateurs de cinéma vers les villes festalières qui leur proposent, le temps d'une manifestation, un éventail généralement thématique de films pour lesquels ils ont une appétence particulière. (...) Une grande partie de ces mêmes spectateurs ont parallèlement développé une relation synchronisée avec l'évolution des technologies domestiques de diffusion du cinéma, ce qui leur permet d'entretenir une *ultra-proximité* avec leurs films favoris de plus en plus personnalisée. Téléphones portables, ordinateurs portables, consoles de jeux type *PlayStation* apparaissent aujourd'hui comme autant de fenêtres

nomades ouvertes sur des fictions audiovisuelles que l'on peut convoquer à l'envie. » (Ethis, 2009, p. 49)

Sur quelles sphères collectives spectatorielles se focaliser pour interroger au mieux les dynamiques ici mentionnées ? Les dispositifs de diffusion numérique n'ont a priori pas d'impact sur l'expérience spectatorielle s'ancrant dans la diffusion classique en salles car le rapport à l'image et au dispositif reste, à peu de choses près, le même : un public face à un écran. Le changement reste pour l'essentiel industriel en ce qu'il n'est plus sujet aux contraintes de transport liées aux supports analogiques et revient moins cher. C'est pourquoi nous avons ici entrepris d'analyser l'impact de l'évolution des modes de diffusion dans un contexte différent de réception spectatorielle cinématographique : celui de la **forme « festival »**, sollicitant des temporalités de la réception et un rapport au collectif quelque peu différents. De nombreuses études ont été réalisées sur les pratiques de téléchargement, l'usage des ordinateurs portables et les technologies de *home cinema*, mettant l'accent sur les dimensions évolutives de diffusion et de la réception de l'œuvre elle-même. Or, cantonner le processus de diffusion au simple cadre de l'œuvre est restrictif : ce processus implique tout aussi bien les modalités de l'accès à l'information par les publics que les manières pour l'industrie de déléguer le pouvoir de séduction du film à toute une série de supports et formats dérivés. L'expérience festivalière ne se limite ainsi pas au visionnage proprement dit : elle réside également dans les modes de sociabilité l'entourant, un certain rapport à l'exclusivité des œuvres, une contextualisation particulièrement liée à la programmation de l'événement, ou encore une immersion spectatorielle accrue qui opère une rupture forte avec le quotidien. La dimension de ritualité cinématographique, telle que définie par Andréanne Pâquet, ne concernerait ainsi pas seulement le visionnage collectif de l'œuvre lui-même, mais également tout le contexte et l'environnement l'entourant.

« Le cinéma retrouve (sa) gloire perdue lors des festivals et des premières, là où la présence des vedettes, des réalisateurs et des grands noms de la société lui redonne sa plus value de fébrilité et d'excitation. » (Pâquet, 2003, p. 47)

Nous reviendrons en détails plus tard dans cette étude sur ces caractéristiques de la forme festivalière et les travaux sur lesquels nous nous appuyons. Nous postulons ici

que si les outils numériques de diffusion n'ont pas d'influence notable sur l'acte de visionnage en salle lui-même, ils ont en revanche une influence importante, à travers les modes de sociabilité et d'accès à l'information qu'ils permettent, sur l'activité spectatorielle se développant en amont et en aval de ce visionnage. Le terrain festivalier s'avère être un espace idéal où étudier les manières dont cette activité spectatorielle hors-visionnage se déploie et se structure : c'est pourquoi les entités festivalières constituent le terreau primordial de notre recherche. Si l'expérience du festival correspond à un état « d'anti-structure » (Pâquet, 2003, p. 48) par la rupture qu'elle opère avec le quotidien, comment peut-on appréhender l'évolution de l'expérience spectatorielle induite par l'usage des *technologies d'omniscience* que sont les outils numériques, tels les relais Internet mobiles, qui atténuent ce phénomène de rupture en maintenant un lien constant avec l'extérieur ? C'est dans cette démarche hybride que réside le fondement de notre questionnement.

En quoi nos deux terrains d'enquête, le Marché du Film de Cannes et le Festival du film japonais contemporain de Kinotayo, représentent-ils deux facettes d'une même problématique ? Chronologiquement, nous pouvons déterminer un certain « ordre » dans la manière dont ils se sont structurés. Si le Marché du Film était dès le départ notre terrain d'étude principal, l'une des entités souches de ce projet de recherche, la nécessité d'un terrain supplémentaire s'est rapidement faite sentir. Notre objet d'étude étant multidimensionnel, le Marché du Film s'est avéré couvrir une partie de notre problématique qui, si elle était essentielle, n'en demeurerait pas moins partielle. Le festival du film japonais contemporain de Kinotayo s'est alors imposé comme un terrain pertinent pour compléter notre démarche analytique.

Le **Marché du Film**, entité très perméable aux innovations technologiques, nous a permis d'analyser l'évolution des manières dont ses usagers font l'expérience d'une forme festivalière « traditionnelle » – c'est à dire structurée autour d'un espace-temps spécifique, homogène et unitaire – à travers l'usage de dispositifs numériques de diffusion, qu'ils soient personnels ou mis à disposition par l'événement. Dans ce volet de l'enquête, que nous qualifierons de « micro-festivalier », nous analysons l'effet que produisent les modes numériques de diffusion sur l'expérience festivalière à travers leurs usages par les spectateurs, notamment dans le cas de ce qu'Emmanuel Ethis

appelle les « écrans nomades » (2009, p. 50). Une question ressortira principalement de ce volet : celle de l'exclusivité et de la valorisation. Qu'est-ce qui, par-delà les perspectives offertes d'individualisation et de dispersion de l'espace des échanges, constitue la valeur ajoutée symbolique qui permet au Marché du Film de demeurer une entité homogène ?

Le **Festival de Kinotayo** nous a permis d'analyser, au contraire, l'effet des technologies numériques de diffusion sur l'entité festivalière elle-même. Kinotayo peut être considéré comme une forme festivalière non traditionnelle dans la mesure où il s'agit d'une forme « dispersée ». Grâce à un dispositif de diffusion numérique nommé *Smartjog*, le festival a pu entreprendre de déstructurer son espace avec une ampleur que les technologies analogiques de diffusion ne lui permettaient pas. L'espace-temps de Kinotayo n'est ainsi pas unitaire, mais structuré autour d'une multitude de pôles géographiques souvent très éloignés les uns des autres. Cette situation pose une question simple : celle de l'imaginaire d'appartenance festivalière. Comment deux spectateurs visionnant un même film au même moment mais séparés par des centaines de kilomètres pourront-ils développer un sentiment de synchronisation de l'expérience et d'appartenance à une même entité ? Le festival de Kinotayo est ainsi un véhicule idéal pour se demander en quoi les dispositifs numériques de diffusion permettent à la question de l'appartenance festivalière de se déployer de manières renouvelées et ce, dans ses multiples dimensions : symbolique, matérielle, incarnée, hétérogène, revendiquée, etc. Dans ce volet de l'enquête que nous qualifierons de « macro-festivalier », nous analysons l'effet que produisent les modes numériques de diffusion sur l'expérience festivalière à travers leurs usages par l'entité festivalière elle-même.

A travers ces deux volets de l'enquête, nous avons ainsi tenté d'appréhender une même problématique par deux angles différents constituant ses deux pôles complémentaires : le spectateur et l'entité festivalière. La démarche a consisté à appréhender les évolutions de l'expérience festivalière d'une part par le truchement des usages numériques développés par les spectateurs, puis d'autre part par celui des usages développés par l'entité festivalière elle-même et leurs effets sur la symbolique spectatorielle.

Anticiper la pratique d'autrui, la manière dont la réception d'une proposition de service va s'effectuer, est une dynamique incontournable dans les sphères technologiques. La question de l'anticipation des comportements spectatoriels en régime numérique est donc primordiale pour l'industrie cinématographique, mais également et surtout d'une grande complexité. La création et le développement du rapport des publics à l'œuvre filmique sont historiquement une co-crédation entre l'industrie cinématographique et les spectateurs : nous avons d'un côté le développement de dispositifs et d'imaginaires liés aux œuvres, de l'autre les pratiques se structurant autour de ces dispositifs et les manières de s'approprier ces imaginaires. Ces deux dynamiques se nourrissent l'une de l'autre. La manière pour les spectateurs de s'impliquer dans ce processus mutuel est aujourd'hui, comme nous l'avons vu, en complexification. L'interrogation découlant de notre problématique générale sera donc double. Que *font* les outils numériques de diffusion aux dispositifs festivaliers et à leurs usagers ? Quelle influence cette évolution a-t-elle alors sur la manière dont les spectateurs font l'expérience de l'espace-temps festivalier ? Andréanne Pâquet associe la forme « festival » à une sorte de re-ritualisation de la pratique festivalière. Ce constat correspond à une vision de l'expérience festivalière que nous considérerons comme *classique*, concentrée en un espace-temps clos et spécifique. Comme nous le verrons, l'usage des technologies numériques de diffusion, autant par l'institution festivalière que par les festivaliers, met à l'épreuve cette conception de l'entité festivalière en ce qu'il permet à la fois sa dispersion et sa réappropriation individualisée. Nous devons nous interroger sur les manières dont cette *re-ritualisation* se déploie en régime numérique. Nous verrons ainsi, à travers le Marché du Film puis le Festival de Kinotayo, en quoi **les outils numériques, s'ils facilitent une déconstruction de l'espace-temps festivalier traditionnel, s'accompagnent d'une restructuration de l'être ensemble sous des formes renouvelées.**

Hypothèses

Nos principales hypothèses de départ, au nombre de six, reposent sur le constat d'hybridation socioculturelle mentionné précédemment, lié à l'émergence des technologies numériques de diffusion au sens large et à celle, plus spécifique, des outils

numériques dits « grand public », principalement les relais personnalisés de l'Internet mobile. Cette hybridation revêt de multiples visages que nous allons nous employer à interroger à travers le prisme de l'expérience festivalière.

Une **première hypothèse** est l'interpénétration inédite des sphères publique et privée en situation collective. S'ils permettent l'accès au collectif dans la sphère privée via Internet – cet aspect ayant été jusqu'ici le plus étudié, les outils numériques permettent également de consteller la sphère collective de zones privées éphémères via les relais numériques mobiles. C'est cette idée d'une complexification de l'espace public qui nous intéressera ici et que nous mettrons à l'épreuve du terrain.

Une **deuxième hypothèse** de travail est celle de la différence croissante existant entre deux notions : « voir un film » et « expérimenter un film ». Comme nous l'avons vu dans l'hypothèse précédente, les outils numériques redessinent les frontières de l'expérience collective. En terrain festivalier, le développement des outils numériques permet d'augmenter le nombre de dispositifs de visionnage individualisés. Le fait de vivre l'expérience festivalière ensemble ne tient pas au seul visionnage de l'œuvre, mais également à la manière dont ce visionnage est collectivement discuté et relayé. C'est à ce relai dépassant le simple cadre de l'œuvre que les outils numériques confèrent une ampleur inédite, à travers deux dynamiques : l'accès à l'information et la diffusion de la parole individuelle. Il n'est parfois nul besoin d'avoir vu un film collectivement pour en partager l'expérience. La multiplication des dispositifs festivaliers individualisés n'entraîne pas un délitement du collectif : l'expérience du film se déployant hors du visionnage proprement dit acquiert, à travers l'usage des outils numériques, une ampleur et une complexité inédites. Si le « voir ensemble » tel que théorisé par Emmanuel Ethis reste un mode essentiel de rapport collectif au cinéma, nous en proposerons ici une vision étendue, lorsque le simple fait de « voir ensemble » s'efface derrière le fait, revêtant une portée plus large, « d'expérimenter ensemble ».

Une **troisième hypothèse**, découlant des deux premières, est celle à la fois de la déconstruction et de la reconfiguration des rituels sociaux festivaliers. Si les individus s'approprient de manière facilitée la temporalité de leur accès aux œuvres, à l'information et la diffusion de leur parole, c'est la temporalité traditionnelle et

l'organisation du festival qui se trouve en conséquence modifiée. Toutefois, si le rituel collectif du festival se trouve déconstruit, que ce soit dans sa temporalité ou dans sa géographie, ce n'est pas dans une dynamique d'effacement pur et simple. La substance d'une entité festivalière découle d'une volonté d'expérience collective : si cette dernière, à travers l'évolution des pratiques, se trouve déstructurée, nous postulons ici qu'elle se restructure naturellement autour de ces repères évolutifs. Le Marché du Film et le Festival de Kinotayo nous permettront de questionner chacun des deux aspects de cette hypothèse.

Notre **quatrième hypothèse**, se situant dans la continuité du concept de reconfiguration du rituel vu précédemment, est celle d'une part irréductible d'incarnation de l'expérience collective. Cette part est indépendante de la nature et des développements des innovations technologiques traversant les différentes sphères socioculturelles. La dispersion géographique de l'entité festivalière permise par les outils numériques, si elle peut opérer un déplacement du sentiment d'appartenance vécu par les spectateurs, ne peut se passer d'une reterritorialisation permettant aux publics de reconstruire la symbolique d'une unité, d'une *communauté spectatorielle*. Cette hypothèse consiste à penser les modes de diffusion numérique comme des extensions de l'expérience spectatorielle collective et non comme des substituts. Les imaginaires cinématographiques que nous pourrions qualifier de *classiques* et les imaginaires liés aux pratiques permises par la diffusion numérique interagissent de manières non conformes à une stricte vision positiviste. Nous questionnerons ainsi la notion de festival *online*, de plus en plus développée aujourd'hui par certains acteurs de l'industrie cinématographique. Dans le cadre de cette hypothèse, nous stipulerons qu'un festival exclusivement *online*, conceptualisé comme hors de toute extension collective matérielle, est une notion contradictoire. Nous questionnerons cette hypothèse de la part irréductible d'incarnation à travers l'étude des publics « dispersés » du Festival de Kinotayo et à travers la notion d'exclusivité et de valorisation développée par les usagers du Marché du Film de Cannes.

Une **cinquième hypothèse**, s'appuyant sur les éléments précédents, est celle de l'évolution de la terminologie festivalière, qui désigne désormais une réalité de plus en plus élargie et complexe. L'ensemble de cette recherche nous permettra de questionner

ce que les outils numériques font à la forme festivalière. A l'issue de l'analyse de ces multiples déconstructions et reconfigurations, nous entreprendrons de proposer des éléments de réflexion sur la (les) réalité(s) spectatorielle(s) que recoupe la notion de festival aujourd'hui.

Une **sixième hypothèse** consiste à considérer la notion d'interaction entre le spectateur et l'œuvre non pas opérative dans le cadre de l'expérience de l'œuvre elle-même, mais dans toute l'activité spectatorielle réalisée en amont et en aval de cette expérience. L'imaginaire de l'interaction cinématographique, aussi vieux que le cinéma lui-même mais se déployant de manière renouvelée à travers les discours entourant l'usage des outils numériques, fonctionne sur la symbolique d'une rupture littérale des frontières du film, entraînant une immersion totale et transformant le spectateur en acteur. En prenant comme point de départ les travaux du philosophe Slavoj Žižek concernant le concept du « sujet interpassif », nous postulons, d'une part, l'idée que ce type d'interaction est exclusivement conceptuelle et, d'autre part, que la capacité interactive effective des spectateurs réside dans deux temporalités différentes : l'impact qu'ils peuvent avoir en amont sur la chaîne de production d'un film et le relai de l'œuvre qu'ils opèrent en aval du visionnage, que ce soit à travers la diffusion de la parole individuelle ou à travers une démarche de réappropriation créative. Dans le cas de ces deux temporalités, les outils numériques permettent à ces types de démarches spectatorielles actives de se déployer avec une ampleur inédite et d'exercer une influence notable sur le cycle de vie d'un film, comme nous le verrons plus tard dans cette étude.

Ces hypothèses ont structuré la mise en place de notre réflexion puis le déroulement de l'enquête, comme nous le verrons en fin de cette introduction lors de l'annonce du plan de notre recherche.

Méthodologie & protocoles d'enquête

Il reste, aujourd'hui encore, délicat d'appréhender un objet d'étude comme celui de la *forme numérique*. Cette dernière, résolument jeune sous la lumière de sa diffusion auprès du grand public, n'a pas encore atteint un degré de cristallisation dans les usages

qui permettrait un réel recul analytique ainsi que la mise en place d'indicateurs fiables. En l'état, il s'agit d'une forme sociologiquement difficile à construire où l'analyse se trouve souvent prise dans les remous de son objet. Les évolutions technologiques mettent du temps à se cristalliser avec stabilité dans les pratiques socioculturelles des individus, l'analyste se trouvant ainsi souvent confronté à une zone « d'inertie » où s'effectue une transition entre la temporalité des innovations et celle des pratiques des individus. C'est pourquoi la démarche et les outils d'analyse ici utilisés seront largement expérimentaux, reposant sur une littérature spécialisée relativement ténue et tentant d'appréhender une réalité complexe en mouvement. Par-delà ce constat de spécificité de la *forme numérique*, nous tenterons également de mettre à jour les éléments structurels de continuité qu'elle témoigne. La réalité de notre objet ne se situe pas dans une supposée nouveauté : bien au contraire, au même titre que les pratiques du numérique sont comme nous l'avons vu avant tout *multimédia* et *transversales*, cette réalité se situe dans **la complexe interaction de l'innovation et du déjà existant**, se restructurant sans cesse de manière spécifique chez chaque individu. Les pratiques et imaginaire entourant les évolutions des outils numériques reposent donc non seulement sur les interactions entre de multiples sphères culturelles, sociales, médiatiques et technologiques, mais également sur les interactions entre diverses temporalités, dont chaque individu se fait l'écho d'une manière lui étant spécifique. A la base de notre méthodologie se trouve donc cette notion de complexité interactionnelle héritée de la démarche systémique. Cela nous a conduit à appréhender les outils numériques dans un sens large et à toujours les analyser dans le cadre de leurs interactions pratiques et symboliques avec d'autres domaines. Comme nous le verrons, la complexité de ces interactions entre les outils de diffusion numérique, les sphères médiatique et culturelle ainsi que les modes de sociabilité spectatoriels se trouve en plein cœur de notre étude et a conduit cette dernière à s'inspirer notamment des théories de « l'acteur-réseau », dans la lignée d'auteurs tels Bruno Latour ou encore Madeleine Akrich. Le but était ainsi d'arriver à une compréhension des rapports aux outils numériques en traitant de l'hétérogénéité des interactions entre les individus, les dispositifs techniques et les discours ainsi émis et relayés.

Au cœur de notre étude se trouvait également un questionnement important concernant la forme « festival » et les évolutions de la réalité que cette terminologie recoupe. Notre

méthodologie nous a conduit à considérer la forme festivalière sous une conception étendue, permettant d'affilier le Marché du Film à cette catégorie. Ce dernier – en plus d'entretenir un lien fort avec le Festival de Cannes, à la fois pratique, symbolique et temporel – partage en effet dans son fonctionnement des caractéristiques transversales avec une manifestation festivalière plus traditionnelle, caractéristiques dont nous avons énoncé les traits principaux un peu plus haut. Il est à noter que si une majorité des usagers du Marché du Film sont des professionnels venant réaliser des transactions, de nombreux usagers viennent quant à eux dans une optique purement festivalière. Mis à part les journalistes prenant part à l'événement, il est ainsi fréquent que des professionnels de l'industrie cinématographique se fassent accréditer non pas dans le cadre de leurs activités, mais simplement pour visionner un maximum de films. Cette diversité dans les types spectatoriels est allée dans le sens de notre notion étendue de forme festivalière, contribuant à l'analyse du Marché du Film dans cette optique.

Schématiquement, les modes d'enquête se sont répartis en deux volets, l'un quantitatif, l'autre qualitatif. Comme nous allons le voir un peu plus loin, il nous a été impossible de développer un questionnement exclusivement quantitatif par questionnaires sur l'un ou l'autre de nos terrains d'enquête. Dans le cadre du Marché du Film de Cannes, les individus n'étaient l'essentiel du temps pas prêts à consacrer du temps et de l'attention à un document écrit considéré comme extra-professionnel. Dans le cadre des spectateurs de cinéma plus « classiques » – c'est à dire non issus de l'industrie cinématographique – rencontrés au cours du Festival de Cannes ou du Festival de Kinotayo, la temporalité réduite des événements nous a rapidement empêché de considérer la mise en place d'un protocole quantitatif s'avérant suffisamment représentatif pour l'intégrer à notre recherche de manière pertinente. En effet, les individus s'avéraient dans leur ensemble rétifs à l'exercice du questionnaire et, dans le cas de Cannes, le temps consacré à l'enquête au sein du Marché du Film ne nous permettait pas, logiquement, de nous consacrer à « temps plein » à une démarche quantitative. Il convient également de noter que chaque édition, de part ses spécificités, l'évolution des pratiques socioculturelles et technologiques des individus et le changement des échantillons interrogés, aurait nécessité un protocole spécifique qu'il s'est vite avéré, au vu des impératifs liés à notre terrain de recherche principal, de mettre en place.

Nous avons donc exclusivement eu, sur le terrain du Festival de Kinotayo ainsi que sur la partie du terrain cannois extérieure au Marché du Film, une approche qualitative basée sur une multitude d'entretiens semi-long, appréhendant ainsi notre problématique par le biais des représentations et imaginaires des individus interrogés, les questionnant principalement sur les thématiques de la dispersion géographique festivalière et du déploiement symbolique de la notion d'appartenance à travers les outils de diffusion numériques. Nous avons également, malgré les difficultés évoquées plus haut, développé dans le cadre du Marché du Film de Cannes un aspect quantitatif à notre enquête, que nous avons qualifié de « semi-quantitatif ». Cette terminologie illustre, comme nous le verrons plus tard dans la partie consacrée à ce terrain ainsi que dans les comptes-rendus d'enquête que le lecteur peut trouver en ANNEXE 3, l'aspect hybride du protocole que nous avons décidé de mettre en place afin de nous adapter aux spécificités et contraintes de ce terrain, et ainsi de l'exploiter de la manière la plus pertinente possible. Cette démarche d'enquête, spécifiquement réalisée sur les éditions 2010 et 2011 de l'événement, a été réalisée en collaboration avec la direction de l'événement, collaboration donnant la plupart du temps une force symbolique de légitimation à l'enquête et permettant un temps d'attention plus étendu de la part des interrogés – même si dans certains cas, ce lien avec la direction du Marché les conduisait inévitablement à une forme de méfiance envers l'enquêteur.

Les difficultés rencontrées

Les difficultés rencontrées dans le cadre de cette recherche ont été multiples et relevaient le plus souvent de deux catégories : les difficultés inhérentes à nos terrains d'étude et celles, plus ponctuelles, relevant de la logistique. Si certaines sont restées indubitablement contraignantes, d'autres se sont avérées dépassables et ont eu une influence certaine sur le développement spécifique des protocoles d'enquête. Contourner ces dernières difficultés, a permis d'adapter notre démarche à une réalité à la base difficile à appréhender. Si une faiblesse s'avère inamovible, tentons de la transformer en force !

Parmi les obstacles logistiques ayant constitué une limite à notre enquête, nous pouvons principalement mentionner la question des moyens techniques et de l'ampleur ainsi revêtue par la recherche. Comme nous l'avons vu plus haut, il s'est très vite avéré, les nécessités du volet quantitatif de l'étude étant incompatibles avec les caractéristiques du Marché du Film, que ce volet se déploierait dans le cadre du festival de Kinotayo. Or, la multiplicité des lieux du festival et sa durée limitée ont posé problème concernant la représentativité de l'enquête. Nous avons donc dû concentrer l'effort d'analyse sur un nombre réduit de lieux : pour chaque édition, une salle à Paris et une salle en province ont été choisies afin d'illustrer au mieux le processus de synchronisation technique et symbolique entre deux espaces géographiquement éloignés. Un seul enquêteur étant impliqué dans la distribution et la réception des questionnaires, l'ampleur numérique exploitable de la récolte ne relevait pas de l'évidence. L'enquêteur doit toujours faire face à une multiplicité de facteurs inconnus, tels que la disponibilité et la confiance des interrogés, sur lesquels il n'a aucun contrôle. Toutefois, comme nous le verrons plus tard, le matériau accumulé sur les deux éditions du festival s'est révélé satisfaisant.

Le principal obstacle logistique était donc la limitation des moyens de l'enquêteur, seul face à des terrains vastes et complexes. Cette difficulté pragmatique fut accompagnée de plusieurs autres difficultés plus structurelles, inhérentes à la nature des terrains d'étude. La durée des manifestations en fut la principale : par définition ponctuelles et n'ayant lieu qu'une fois par an, leur côté temporellement très « tassé » n'a parfois pas permis à l'analyse de se déployer comme premièrement prévu, au même titre qu'un terrain « permanent » l'aurait permis dans la longueur. Les protocoles ont ainsi dû être adaptés à cette temporalité, privilégiant des modes d'enquête plus intensifs et, à défaut d'exhaustivité générale, privilégiant des espaces et échantillons d'individus spécifiques stratégiquement choisis, permettant ainsi une représentativité sur des problématiques plus précises.

Une autre difficulté structurelle concernait plus particulièrement notre terrain d'étude principal, le Marché du Film de Cannes. Plus grand marché cinématographique international au monde, il s'agit d'un lieu en constante « ébullition » où les échanges entre individus sont extrêmement ciblés et rapides, dépendant le plus souvent d'un planning et d'un discours institutionnel fixés en amont par les organismes auxquels ils

sont rattachés. Le défi a donc été double : il s'agissait de mobiliser les interrogés pour un temps qu'ils avaient souvent du mal à accorder, mais également de contextualiser les discours émis par ces derniers afin d'en déterminer la nature. Il s'agissait de faire très précisément la part entre ce qui relevait du discours personnel et ce qui relevait du discours institutionnel rattaché à la structure représentée. Nous reviendrons plus en détails sur cette question dans la partie consacrée à l'enquête cannoise.

Plan d'étude

Si ces difficultés ont entraîné une nécessaire adaptation des protocoles d'enquête à la réalité des terrains, elles n'ont en revanche été d'aucune conséquence sur la formulation des questionnements de départ et leur déploiement méthodologique. Le plan autour duquel s'articule cette recherche s'est efforcé d'illustrer le plus clairement possible le cheminement du questionnement de départ et ses déclinaisons à travers les hypothèses énoncées précédemment, ces dernières se faisant chacune l'écho d'une seule et même problématique d'ensemble. L'analyse se fera ainsi en deux temps principaux.

Une **première partie** se consacrera à un travail de *contextualisation* de l'étude, effort nécessaire à l'élaboration de bases théoriques essentielles pour se plonger ensuite dans le cœur de l'enquête. Cette partie se découpe en deux chapitres, l'un articulé autour de réflexions théoriques autour des usages et représentations concernant les technologies numériques, l'autre consacré à l'approche méthodologique de nos terrains.

Dans un premier chapitre, nous nous questionnerons tout d'abord sur la notion « d'ère numérique ». Que signifie et implique l'utilisation de cette terminologie ? Les innovations technologiques sont généralement vectrices d'un imaginaire qu'il est intéressant de mettre au contact de la réalité des pratiques. Nous commencerons donc par interroger les chiffres ressortis de récentes enquêtes concernant les pratiques culturelles à *l'ère numérique*, terme généralement employé pour qualifier la période du début de XXIème où la diffusion et les usages des outils numériques se font exponentiels. Nous y verrons alors pourquoi nous préférons à l'usage de ce terme celui de *régime numérique*. Nous nous pencherons ensuite sur certaines évolutions socioculturelles

entraînées par la diffusion des technologies numériques : le « paradigme de la mobilité » tel que le nomme Georges Amar et l'hybridation croissante des traditionnelles sphères privée et publique. Nous questionnerons alors l'un des traits principaux des représentations collectives concernant non seulement les dispositifs et usages numériques, mais également toute dynamique d'innovation technologique de manière générale : la catégorie de la *nouveauté*. Nous verrons, notamment à travers le cas de ce que certains analystes nomment le « nouveau spectateur », en quoi les discours et représentations privilégient alors l'idée d'une rupture, faisant abstraction des éléments de continuité constituant la complexe réalité des pratiques. Nous nous pencherons enfin sur les pratiques spectatorielles en contexte numérique, mettant l'accent sur leur hétérogénéité, notamment à travers le cas des relais numériques mobiles et des reconfigurations individualisées de la temporalité des pratiques.

Un deuxième chapitre nous permettra de contextualiser notre enquête de manière plus spécifique en nous penchant sur la méthodologie choisie et la construction de nos objets d'étude : le Marché du Film de Cannes et le Festival du film japonais contemporain de Kinotayo. Nous commencerons par revenir sur le choix de nos terrains d'enquête, leur complémentarité et les outils analytiques privilégiés. Nous nous interrogerons ensuite sur la notion de forme « festival » et de son évolution en contexte numérique. Nous verrons en quoi ses limites traditionnelles sont interrogées, notamment à travers le concept de festival *online*, et en quoi ses caractéristiques transversales nous permettent de dresser des ponts analytiques entre nos deux terrains de recherche. Nous nous pencherons enfin de manière plus spécifique sur ces deux derniers, en analysant leurs dispositifs, spécificités, types de publics et rapports aux outils numériques.

La **seconde partie** de ce travail de recherche sera consacrée à l'enquête en elle-même et ses résultats, répartis sur les trois années de recherche : 2009, 2010 et 2011. Comme pour la première partie, celle-ci s'articulera en deux chapitres. Le premier se consacrera à l'étude réalisée dans le cadre du Marché du Film de Cannes, tandis que le deuxième s'attardera sur celle réalisée sur deux éditions du Festival de Kinotayo.

Le premier chapitre s'appuie sur l'enquête réalisée lors de trois éditions du Marché du Film de Cannes : 2009, 2010 et 2011. Après une présentation et un historique des divers

protocoles d'enquête mis en place au fil de cette recherche, nous nous livrerons à une analyse de la *géographie* du Marché du Film, mettant en lumière l'organisation de son espace et la structuration de ses dispositifs de diffusion, censés transmettre le pouvoir de séduction d'une œuvre en le déléguant à toute une série de supports. Après un passage en revue des interactions entre ces divers dispositifs, nous nous pencherons sur l'étude des usagers du Marché, nous demandant de quelles manières les interroger en tant que spectateurs. Ces derniers, pour la plupart professionnels de l'industrie cinématographique – acheteurs ou vendeurs, ne sont en effet pas « simples » spectateurs : ils cumulent de multiples statuts et facettes identitaires. Par leurs interactions et les choix de diffusion qu'ils opèrent, ils ont ainsi également un rôle de prescripteurs et de médiateurs entre la sphère de production et celle des publics. Nous verrons alors en quoi l'interaction entre ces différents statuts est créatrice d'une réflexivité accentuée chez les individus de notre échantillon. Nous étudierons ensuite la manière dont les usagers investissent l'espace du Marché du Film, notamment à travers le rapport à la mobilité qu'induisent les relais numériques individualisés. C'est ici un rapport complexifié aux sphères du privé et du collectif qui se dessine, les usagers pouvant individualiser leurs pratiques de manière inédite et n'étant ainsi plus dépendants d'une ritualisation préétablie de l'événement festivalier. Cette dynamique du *spectateur mobile* entraîne alors une réappropriation de la temporalité du festival qui nous poussera à repenser également la notion de *l'interaction* réelle entre le spectateur et l'œuvre. Nous finirons ce chapitre sur un bilan de l'enquête cannoise et les perspectives qu'elle pose.

Le second chapitre, quant à lui, sera consacré à l'étude réalisée dans le cadre de deux éditions du Festival du film japonais contemporain de Kinotayo : 2009 et 2010. Après avoir analysé, à travers le cas Marché du Film, le cas de spectateurs en régime numérique individualisé, nous verrons, avec le cas du Festival de Kinotayo, l'effet que produisent les dispositifs numériques de diffusion sur l'entité festivalière elle-même, ainsi que la manière dont les spectateurs reconfigurent leur expérience en conséquence. Après une présentation des deux protocoles d'enquête et un retour sur le rapport à l'espace entraîné par le dispositif numérique du festival, nous analyserons les effets que produit la dispersion géographique permise par les dispositifs numériques sur la forme festivalière. Le numérique est-il un substitut à l'expérience matérielle « traditionnelle »

ou une extension ? Dans la lignée de l'hypothèse stipulant que les contenus dématérialisés ne peuvent se substituer totalement à une expérience collective, nous interrogerons alors l'idée de l'existence d'une part irréductible d'incarnation de l'expérience spectatorielle et de ses reconfigurations en contexte numérique. Si nous avons vu, dans le chapitre consacré au Marché du Film, les modes de désynchronisation des rituels festivaliers découlant des outils numériques, nous verrons ici en quoi une ritualisation de l'expérience cinématographique se restructure en conséquence différemment. Nous interrogerons ainsi l'évolution des imaginaires cinématographiques et festivaliers en contexte numérique. Face à des modes de dispersion et d'individualisation renouvelés, comment se restructurent la notion de lien et la symbolique de *l'être ensemble* ? Nous terminerons ce chapitre par un bilan et une mise en perspective de l'enquête réalisée au Festival de Kinotayo.

PARTIE 1

CONTEXTUALISATION DE L'ETUDE

CHAPITRE 1 : LES PRATIQUES CINÉMATOGRAPHIQUES À L'ÈRE NUMÉRIQUE : QUELLE(S) RÉALITÉ(S) ?

1. Une « ère numérique » ?

Comme nous l'avons vu précédemment, il est difficile d'aborder avec justesse la réalité des pratiques culturelles et ce, particulièrement depuis l'entrée d'Internet et plus largement des technologies numériques dématérialisées dans les usages dits « grand public » des individus. Il est délicat de saisir l'hétérogénéité de ces pratiques, rendue plus floue encore par le brouillage des traditionnelles sphères des industries culturelles opéré par les outils numériques. La croissance exponentielle du téléchargement des œuvres cinématographiques et musicales, via Internet et les réseaux dits *peer to peer*, en a été l'exemple le plus médiatiquement débattu lors des années 2000. L'évolution, permise par les outils numériques, des modes d'appropriation individuelle des œuvres et produits culturels a alors souvent été présentée dans les discours comme opposée au fonctionnement des industries culturelles dites « traditionnelles ». Toutefois, la complexité de cette hétérogénéité des pratiques, aussi bien liée à la multiplication des modes d'accès et de consommation qu'aux spécificités individuelles dans les manières de gérer cette multiplicité, va bien au-delà de cette simple idée.

Une enquête à portée nationale dirigée par Olivier Donnat, intitulée *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, a vu ses résultats rendus publics en 2008. Elle se situe dans la continuité de plusieurs enquêtes publiques nationales réalisées depuis les années 1970 à l'initiative du Ministère de la Culture et de la Communication : jusqu'à la présente enquête de 2008, quatre autres ont été réalisées, respectivement en 1973, 1981, 1988 et 1997. Que nous apprend cette nouvelle enquête sur la nature et la

complexité de l'évolution des pratiques culturelles en France ? Quel rôle a joué l'usage croissant des outils numériques dans cette évolution ? L'enquête s'avère particulièrement instructive concernant l'évolution du rapport qu'entretiennent les individus aux œuvres cinématographiques. Cette évolution concerne aussi bien la multitude des modes d'expérience des films – téléchargement, *streaming*, sphère privée, réseau classique des salles, festivals, modes de consommation « mobiles », etc. – que les corrélations existant entre ces modes d'expérience et d'autres variables culturelles – intensité de l'utilisation d'Internet, équipements informatiques et audiovisuels, pratiques artistiques en amateur et production de contenus, fréquence des sorties, etc. Nous nous intéresserons spécifiquement, comme nous l'avons vu à travers notre problématique de recherche en introduction, sur les rapports existant chez les individus entre les pratiques cinématographiques, la forme « festival » et les outils numériques de diffusion, qu'il s'agisse des dispositifs utilisés par les manifestations festivalières ou des dispositifs individuels – relais mobiles numériques ou pratiques liées aux outils numériques au sens large.

Que nous révèle donc cette enquête, « photographie des rapports que les Français entretiennent avec la culture et les médias » (Donnat, 2009, p. 7), concernant ces thématiques ? Olivier Donnat précise que la méthodologie d'enquête ne permet pas une « exploitation régionale des résultats » (2009, p. 19), autant en raison de la taille de l'échantillon national que du manque de recul analytique nécessaire à la bonne appréhension d'évolutions aussi profondes que celles entraînées par les technologies numériques.

« L'enquête 2008 décrit un entre-deux, marque un tournant. Avec le choc numérique, la culture interrogée depuis si longtemps en France sur un faisceau de pratiques dites culturelles s'écarte lentement mais régulièrement du point de vue culturel, explicite ou non, qui l'interroge. » (Donnat, 2009, p. 11)

Ce qui est ici mis en lumière est le fait que la réalité des pratiques culturelles évolue plus rapidement que les catégories servant à l'interroger, rendant l'analyse difficile dans un contexte d'évolution socioculturelle rapide comme celui des années 2000. Ce n'est

pourtant pas la précision statistique qui nous intéressera ici. Les quelques résultats évoqués nous serviront plutôt à esquisser certaines dynamiques notables, constitutives d'un contexte socioculturel dans lequel baignent notre problématique et les questionnements qui en découlent.

L'un des premiers résultats nous intéressant concerne la fréquence d'utilisation de l'Internet comparativement à l'intensité des pratiques culturelles au sens large. En ressort ainsi une dynamique certaine :

« L'existence d'une corrélation positive entre l'intensité de l'utilisation de l'ordinateur et de l'internet et l'intérêt manifesté pour les pratiques culturelles traditionnelles, qu'il s'agisse de fréquentation d'équipement culturels ou de lecture de livres. » (Donnat, 2009, p. 11)

Il s'agit là d'un premier constat mettant en lumière les outils numériques comme des *extensions* plutôt que comme des substituts, allant ainsi à l'encontre de discours associant les outils numériques à un repli sur soi. Les années 2000 ont été marquées par de nombreux débats sur le téléchargement illégal des œuvres cinématographiques par les individus, démarche souvent conceptualisée comme remplaçant la sortie au cinéma et représentant ainsi un danger pour le fonctionnement des industries culturelles. Or, l'enquête 2008 nous montre que l'accès numérique individuel et les pratiques « traditionnelles » ne sont en rien exclusifs : ils s'alimentent au contraire mutuellement. Ainsi, la fréquentation des salles de cinéma a connu, entre 1997 et 2008, une nette progression. Le pourcentage d'individus étant allés au cinéma au cours des douze derniers mois passe ainsi, selon l'étude d'Olivier Donnat, de 49% à 57%. « Le public des salles de cinéma a élargi sa base du fait de la progression au cours de la dernière décennie du nombre de spectateurs occasionnels » (Donnat, 2009, p. 163). Ce premier point illustre donc une réalité en décalage avec les discours exclusivistes, postulant non une rupture mais une complémentarité entre pratiques numériques et pratiques dites « traditionnelles ». Les outils numériques apparaissent comme des relais servant à alimenter les pratiques individuelles au sens large plutôt qu'à les remplacer.

Une deuxième dynamique d'importance est celle de l'augmentation des contenus autoproduits et des pratiques numériques en amateur :

« Plusieurs activités relèvent de ce qu'il est convenu d'appeler l'autoproduction, à commencer par la photographie numérique qui concerne près des deux tiers des utilisateurs d'un ordinateur : 61% (...). Les autres activités de type amateur, qu'il s'agisse d'écriture personnelle (21%), de production de vidéos (19%), de dessin ou d'arts graphiques (15%) ou de productions dans le domaine de la vidéo ou de la musique sont moins largement diffusées mais concernent au total plus de la moitié des utilisateurs d'ordinateur, si l'on tient compte de la création de blogs ou de sites personnels sur l'internet. En effet, la somme de ces activités d'autoproduction montre que 51% des personnes concernées – soit un tiers des Français de 15 ans et plus – ont pratiqué l'une d'elles au cours des douze derniers mois. » (Donnat, 2009, p. 67)

Cette tendance illustre la progression d'une *culture de l'image* se développant de manière inédite, allant jusqu'à interroger les limites du statut de spectateur. Ce dernier, pouvant manipuler et s'emparer d'une quantité quasi illimitée d'images avec une facilité déconcertante – coûts moindres, interfaces simplifiées, accès à un large choix d'outils – trouve la possibilité de forger un regard spectatorial à travers une expertise inédite, ainsi qu'une capacité d'interaction créative avec son environnement culturel basée sur une réactivité importante. Le site web de vidéos en *streaming* Youtube regorge, à ce titre, de détournements de films souvent réalisés par des amateurs dans la foulée directe des sorties en salle.

Un troisième élément entrant en pertinence avec notre présent sujet concerne ce qu'Olivier Donnat nomme la « culture d'écran ». Cette dernière, supplantant une « culture de l'imprimé » (Donnat, 2009, p. 210) lui préexistant, s'impose comme une dynamique fondée sur la transversalité de supports multimédias articulés autour d'un écran centralisateur de données. Olivier Donnat opère, dans le contexte de cette culture d'écran, une distinction supplémentaire entre la télévision et ce qu'il nomme les *nouveaux écrans*. Croisant cette variable avec le volume de fréquentation des

équipements culturels, il révèle à travers l'enquête que ce volume augmente avec le taux d'utilisation des *nouveaux écrans*, tandis qu'il diminue à mesure que le temps accordé à la télévision augmente. Nous retrouvons donc ici la notion de complémentarité entre dispositifs numériques et pratiques culturelles dites « traditionnelles », mais c'est aussi là que l'étude trouve l'une de ses principales limites. Olivier Donnat, dans son enquête de 2008, cantonne largement les usages d'internet et plus largement les *nouveaux écrans* à des pratiques fixes. C'est le cas lorsqu'il évoque la culture d'écran comme étant supposément opposée à la culture de sortie – même s'il montrera par la suite que le volume des sorties augmente avec les usages fixes d'Internet. Le mode d'usage *mobile* d'Internet, s'il n'est ici que très marginalement évoqué, a pourtant connu une progression importante, notamment à travers l'usage des *Smartphones*, portables dits « nouvelle génération » faisant office de stations multimédia. Comme nous l'avons vu en introduction, le taux d'utilisation des outils numériques et connexions Internet mobiles a, au cours de la deuxième moitié des années 2000, connu une spectaculaire augmentation, analogue à la progression des accès fixes quelques années plus tôt. Malgré son traitement insatisfaisant dans le cadre de l'enquête 2008, ce concept de mobilité semble pourtant jouer un rôle essentiel dans l'évolution des pratiques culturelles via les outils numériques.

Un quatrième point que nous relèverons ici, se situant dans la continuité de la limite évoquée précédemment, concerne la mobilité festivalière. En 2008, Olivier Donnat établit que le nombre d'individus en France ayant assisté à un festival au cours des douze derniers mois s'élève à 16%.

« Si le profil des personnes concernées n'a rien de surprenant – le festivalier type est plutôt jeune et diplômé – il convient de souligner que les disparités d'ordre géographique sont relativement limitées (...): ainsi 14% des habitants des communes rurales ont assisté à un festival au cours des douze derniers mois contre 25% des Parisiens, ce qui s'explique par la dispersion de ce type de manifestations sur le territoire national : 60% des festivaliers n'ont pas quitté leur commune ou région. » (Donnat, 2009, p. 184)

Ce qui est ici mis en évidence est le lien étroit qu'entretient la forme festivalière, ancrée dans les spécificités d'un espace avec lequel elle est en constante interaction, avec la problématique de sa territorialité. C'est notamment cette problématique que nous interrogerons dans le cadre de cette recherche à travers le cas des dispositifs numériques et l'évolution du rapport à la mobilité qu'ils induisent. Si la mobilité festivalière « traditionnelle » semble rester jusque-là statistiquement peu sujette à l'évolution, les différentes initiatives se multipliant, basées sur l'utilisation des outils numériques, bouleversent cette conception de la territorialité comme nous le verrons plus tard à travers nos deux principaux terrains d'enquête. C'est aussi bien la mobilité de l'entité festivalière elle-même – les modalités de sa dispersion géographique – que la mobilité individuelle au sein de cette entité – notamment à travers l'impact des relais numériques individuels – que nous interrogerons.

Ce qui ressort de ces différents points est un constat de transversalité. Contrairement aux discours postulant l'idée d'une *rupture numérique*, c'est ici le constat d'une arborescence multidimensionnelle qui s'impose. Le numérique ne s'y inscrit pas dans une logique linéaire mais renouvelle au contraire de multiples manières les conceptions « classiques » du spectateur de cinéma et des espaces dans lesquels son activité se déploie. La logique d'appropriation individuelle permise par les outils numériques ne se fonde pas sur un effacement de ces catégories, mais plutôt sur une étroite complémentarité permettant leur évolution. Olivier Donnat n'hésite pas à employer la terminologie de *culture numérique*, voire d'*ère numérique*, pour qualifier le contexte socioculturel dans lequel il situe son étude. Ce qui semble notamment marquer ce contexte est la grande hétérogénéité des pratiques culturelles permise par l'appropriation des outils numériques et l'expression des spécificités identitaires qu'ils permettent. L'hétérogénéité des pratiques culturelles n'est en rien nouvelle, mais elle trouve à travers les évolutions numériques un espace d'expression et de développement inédit. Il est donc plus que jamais impossible d'identifier *une* réalité des pratiques culturelles et cinématographiques : il s'agira plutôt de saisir en quoi les différentes *réalités individuelles* s'imbriquent et interagissent entre elles.

Ce qui ressort également de ces éléments est l'urgente nécessité d'analyser l'évolution des manifestations de la mobilité spectatorielle, de ses espaces de déploiement et de ses

effets sur le rapport des individus aux espaces de diffusion et aux œuvres, comme nous allons maintenant le voir plus précisément.

2. Le « paradigme de la mobilité » : une problématique au centre de cette étude

La notion de mobilité, développement récent des outils numériques au moment de la construction de cette recherche – réalisée entre 2008 et 2011, est donc essentielle pour appréhender l'évolution des rapports qu'entretiennent les spectateurs aux œuvres et à leur diffusion. Nous avons vu en introduction les principales caractéristiques de ce que Georges Amar nomme le « paradigme de la mobilité », évolution globale des cadres de pensée et des manières pour les individus de se représenter leurs rapports à leur environnement. Cette idée est également relayée par Olivier Donnat dans une optique plus spécifiquement communicationnelle :

« La dématérialisation des contenus, la généralisation de l'internet à haut débit et la diffusion massive d'appareils nomades ont à nouveau profondément transformé le paysage au tournant du siècle : en moins de dix ans, les appareils fixes dédiés à une fonction précise (...) ont été largement supplantés ou complétés par des appareils, le plus souvent nomades, offrant une large palette de fonctionnalités au croisement de la culture, de l'*entertainment* et de la communication interpersonnelle. » (Donnat, 2009, p. 210)

Ce dont il est ici question rejoint la notion communément nommée *convergence technologique*, c'est à dire la multiplicité croissante des fonctionnalités des supports, devenant relais plus qu'objets fixes. En résulte une hybridation croissante des sphères culturelles, sociales, médiatiques et technologiques. Selon Armand Hatchuel dans sa préface à l'ouvrage de Georges Amar, il s'agit face à ce constat de transversalité de

« comprendre les bouleversements inédits de la mobilité que prépare la conjonction entre de nouvelles technologies de la communication et du transport, entre de nouvelles approches du temps, de la qualité de vie et de l'échange social » (2010, p. 13). La question de l'interprétation de cette notion de mobilité à l'aune de notre objet de recherche se pose alors.

Que fait l'évolution des modalités de la mobilité individuelle en régime numérique à l'expérience de la forme « festival » ? Il s'agit de se demander comment ce rapport à la mobilité évolue et s'exprime chez les spectateurs. Parler de paradigme ne suppose pas une évolution de certains aspects isolés de la chaîne cinématographique ou de l'expérience spectatorielle : c'est dans leur intégralité que ces dernières évoluent et se trouvent restructurées. L'activité spectatorielle mobilise différentes facettes identitaires et modalités de rapport aux dispositifs : elle ne se déploie pas seulement dans le rapport direct aux œuvres, mais à travers une multiplicité de supports, outils, régimes comportementaux et imaginaires se situant en amont et en aval de l'expérience filmique proprement dite. C'est donc cet aspect multidimensionnel de la mobilité des spectateurs que nous nous efforcerons de mettre en lumière dans cette recherche.

Afin d'aborder les effets des dispositifs numériques et des évolutions de la mobilité individuelle qu'ils induisent, nous nous appuyerons notamment sur les travaux de Marie-Hélène Poggi. L'auteur a étudié les significations sociales et culturelles des *parcours festivaliers* à Cannes, mettant en évidence, notamment à travers l'analyse de différentes *activités situées*, l'interaction entre la manifestation et l'espace urbain dans lequel elle s'inscrit (2003, pp. 7-16). L'auteur décrit la démarche de spectateur et son déploiement dans l'espace comme un *parcours* :

« Un processus de transformation identitaire du festivalier (être en quête de l'identité de spectateur), qui se règle graduellement à travers son déplacement tout entier tendu vers l'*entrée* dans la salle de projection où s'actualise cet état de spectateur comme réalisation (performance) de son action programmée. » (Poggi, 2003, p. 7)

Dans cette optique, le dispositif traditionnel de la salle semble être reconnu comme l'aboutissement de la démarche de spectateur, ce dernier étant conçu comme un régime comportemental avant tout *sédentaire*. Cette étude, publiée en 2003 et basée sur des enquêtes menées sur les éditions 1999 et 2000 du Festival de Cannes, a été réalisée dans un contexte antérieur à la vague de diffusion des outils numériques multimédias mobiles ayant marqué la seconde partie des années 2000.

Comment réinterpréter ces résultats de recherche une fois transposés dans ce nouveau contexte ? Le dispositif collectif de la salle peut-il toujours être revêtu de la même dimension symbolique d'aboutissement cinématographique définitif, se situant au sommet d'une hiérarchie des dispositifs construite mutuellement par les pratiques et imaginaires des spectateurs et des industries culturelles ? Comme nous l'enseigne la démarche systémique, si l'on modifie structurellement un aspect spécifique d'un système dynamique où les éléments sont en situation d'interdépendance – comme c'est le cas pour la chaîne cinématographique, tous les éléments se trouvent modifiés. Si l'activité des spectateurs en amont et en aval de l'expérience de l'œuvre se trouve modifiée par un rapport évolutif aux dispositifs et à la mobilité individuelle, le statut accordé au visionnage collectif du film se trouve également modifié en conséquence. Marie-Hélène Poggi décrit les pratiques des festivaliers « comme des *opérations* qui donnent sens à l'espace où elles se déroulent » (2003, p. 8). Si les modalités de ces pratiques évoluent, ce sont donc les significations attachées aux espaces dans lesquels elles se déploient qui évoluent également. Si la signification institutionnelle d'un espace a une influence sur les pratiques qui vont s'y déployer, c'est aussi et surtout la nature de ces pratiques qui définira l'identité sociale et culturelle de cet espace. Dans la continuité de Franck Beau (2008), Georges Amar postule dans le même ordre d'idée que « c'est la vie urbaine contemporaine mobile qui a inventé le téléphone mobile et l'ordinateur portable, plutôt que l'inverse » (2010, p. 69). La vie mobile moderne crée les outils, non l'inverse. Comment se développent alors, à mesure que la mobilité des spectateurs trouve des modalités d'expression renouvelées dans les dispositifs numériques, les significations accordées aux espaces d'un festival et au dispositif collectif de la salle ?

Nous inspirant de la démarche de Marie-Hélène Poggi afin d'étudier les restructurations des rapports aux dispositifs et espaces se déployant dans et hors de la salle de cinéma,

nous nous interrogerons ici sur le cas des parcours de festivaliers dits « mobiles » et sur les significations que cette mobilité insuffle aux espaces festivaliers. La forme « festival », entité ancrée dans une identité territoriale spécifique et une temporalité tassée, nous offre un terrain particulièrement adapté pour observer les modalités de la mobilité spectatorielle hors du dispositif collectif de visionnage.

Il s'avère que les notions de territorialisation et de synchronisation des expériences constituent deux dimensions directement affectées par les évolutions de la mobilité spectatorielle permises par les outils numériques. L'exemple d'initiatives telles que la diffusion de la cérémonie d'ouverture de l'édition 2010 du Festival de Cannes interroge la notion de l'extraterritorialité telle qu'elle est développée par Marie-Hélène Poggi. Des milliers de spectateurs français extérieurs au territoire cannois ont ainsi pu visionner collectivement la cérémonie ainsi que le film la suivant dans de multiples salles de cinéma, à l'exact même moment que les spectateurs du Grand Théâtre Lumière. Dans quelle mesure cette synchronisation, accompagnée du sentiment d'exclusivité lié au fait d'être parmi les premiers spectateurs français à visionner le film, leur ont-ils donné le sentiment d'être, le temps d'un soir, des festivaliers cannois ? Par cette opération est créée une extension du sentiment d'exclusivité cannoise, une sorte de *démocratisation ponctuelle* de la valorisation liée au vécu de cette expérience. Comme nous le verrons dans le volet cannois de notre enquête, cette notion d'exclusivité, accompagnée de celle de valorisation, conditionne pour une part essentielle le rapport qu'entretiennent les individus avec les possibilités offertes par les outils numériques.

Dans le même ordre d'idée, le *Metropolitan Opera* de New York a entrepris, depuis le 30 Décembre 2006, une démarche de diffusion numérique de ses opéras, en direct et en haute définition, dans de multiples salles de cinéma réparties dans le monde. La synchronisation précise des expériences y joue un rôle important, revêtant les applaudissements des spectateurs ne se trouvant pas à New York d'une symbolique forte. La synchronisation dont il est ici question permet ce que nous appellerons une *mobilité statique*. Le mouvement et l'effet de présence sont figurés, mais n'en demeurent pas moins réels au niveau de l'expérience vécue et ressentie des spectateurs. Si les individus produisent des applaudissements tout en sachant qu'ils ne sont ni entendus ni ressentis par les individus vers lesquels ils sont au départ dirigés, c'est qu'une partie de

la signification que revêt cette action est *réflexive*. La manière dont l'individu investit son expérience de spectateur dans un espace dans lequel il ne se *trouve pas* dépend d'une mise en scène consentie : il s'agira de recréer les traits comportementaux et aspects caractéristiques de l'espace avec lequel l'individu entre en synchronisation, d'*entrer en écho* avec cet espace à travers une dimension rituelle certaine. Faire *comme si*, afin de se faire le vecteur d'une émotion bien réelle. Cette situation est à la fois proche et différente des applaudissements que l'on peut entendre dans le circuit traditionnel des salles de cinéma, de la part de spectateurs se trouvant pourtant en absence de l'équipe du film. L'aspect réflexif de l'expérience spectatorielle n'a bien entendu pas besoin d'effet de synchronisation effective pour exister, mais ce dernier en révèle indubitablement les aspects les plus prononcés. Ainsi, on peut émettre l'idée qu'une proximité temporelle forte, accentuant la conscience de la non-proximité spatiale, entrainera paradoxalement chez le spectateur un travail de synchronisation émotionnelle plus important. De la même manière, l'effet de synchronisation n'a pas attendu les possibilités offertes par les outils numériques pour exister, mais ces derniers lui insufflent une ampleur inédite au niveau des dispositifs et du volume des publics impliqués à travers le monde.

Faut-il réellement, en reprenant les terminologies qu'utilise Marie Hélène Poggi (2003, p. 8) afin de décrire une modalité éminemment spatiale du *devenir spectateur, y être pour en être* ? Marie-Hélène Poggi, dans la continuité du concept d'extraterritorialité développé dans le contexte de l'expérience festivalière, parle de « *poches festivalières*, c'est à dire de génération d'espaces qui participent de sa logique symbolique tout en étant en dehors même du territoire » (2003, p. 11). Au vu des modes de synchronisation évoqués précédemment et dans un contexte où l'organisme UniFrance développe le premier festival français d'envergure internationale entièrement accessible *online*⁴, que peut-on considérer comme étant territorialement *dedans* ou *en-dehors* de la forme « festival » ? C'est avant tout la question des *limites* de l'expérience festivalière, et plus largement spectatorielle, qui se pose ici.

Le phénomène de *mobilité statique* que nous avons évoqué plus haut concerne l'acte de visionnage de l'œuvre lui-même. Nous nous intéresserons toutefois surtout, dans le

⁴ La première édition de *My French Film Festival* se déroule du 14 au 29 Janvier 2011, accessible en dix langues via Internet partout dans le monde.

cadre de cette recherche, à la *mobilité effective* se déployant autour de ce visionnage, sujette aux évolutions les plus importantes en régime numérique. Nous avons vu en quoi les phénomènes de mobilité en régime numérique sont multidimensionnels et interrogent de manière profonde les représentations attachées aux expériences des spectateurs. Nous allons maintenant nous pencher sur l'un des principaux aspects sociaux s'en trouvant affecté : les rapports évolutifs qu'entretiennent chez l'individu les sphères du privé et du public.

3. L'éclatement des traditionnelles catégories du public et du privé : la problématique de l'hybridation

Quel est l'impact des problématiques de mobilité que nous venons d'évoquer sur l'expérience des sphères privées et publiques, traditionnellement représentées comme socialement distinctes ? L'une des caractéristiques les plus frappantes des outils numériques de diffusion réside dans le déploiement de formes spatio-temporelles inédites se posant en alternatives au traditionnel schéma séparant le collectif de l'individuel. « Dans un univers de seuils, ce qui décide de la frontière entre privé et public est très complexe » (Joseph, 1993, p. 398). Georges Amar, dans un contexte d'hybridation croissante des médias, des espaces et des publics, a illustré cet enchevêtrement croissant des espaces sociaux à travers l'exemple des modes de transport hybrides que sont les systèmes de vélos en libre service, évoluant à mi-chemin entre une appartenance publique et un usage privé. Dans le même ordre d'idée, qu'en est-il des effets produits par l'évolution des dispositifs numériques ?

L'interaction croissante des sphères collectives et individuelles permise par les outils numériques revêt deux formes : la pénétration d'un espace public numérique dans le cadre de la sphère privée, et l'insertion croissante d'espaces privés dans le cadre d'un environnement collectif. C'est, comme nous l'avons vu, la deuxième forme qui nous intéressera ici : les manières dont l'expérience collective se trouve restructurée en

régime numérique. Isaac Joseph a déjà analysé, notamment dans son ouvrage *Le passant considérable : essai sur la dispersion de l'espace public*, ce qu'il nomme la *dispersion de l'espace public*, parlant notamment du phénomène de *privatisation des espaces publics* (1993, p. 399) selon un angle analytique tenant à la fois des sciences sociales, de l'architecture, de l'urbanisme et de la philosophie politique. Le constat que nous faisons ici entre, dans ce même ordre d'idée, en contradiction avec une vision opérant une rupture stricte entre les dimensions publiques et privées, dans la lignée de la pensée de Hannah Arendt distinguant les deux espaces et les activités y étant attachées, qu'elles soient sociales ou culturelles.

« La philosophie politique de Hannah Arendt (1974) a développé depuis longtemps en effet ce thème de l'espace public comme monde commun de l'action, comme monde *entre soi*, capable de rassembler mais aussi de séparer et qui repose autant sur l'intervalle que sur la présence simultanée de perspectives. » (Joseph, 1993, p. 397)

Les phénomènes de porosité entre espaces sociaux ne sont pas une spécificité du développement des outils numériques. Toutefois, on peut s'interroger sur les dimensions renouvelées que ces outils leur insufflent aujourd'hui. Quelles évolutions des interactions entre différents espaces signifiants peut-on alors discerner dans le cadre festivalier en régime numérique ?

Dans sa manière de traiter la question de l'espace-temps festivalier, Marie-Hélène Poggi propose une démarche d'étude des espaces signifiants en s'appuyant sur l'analyse des interactions entre l'espace festivalier proprement dit et ceux qui ne sont pas au sens strict des espaces festivaliers – l'espace urbain notamment, dans lesquels il s'inscrit. L'auteur énonce ainsi « le type de compétence requise pour devenir spectateur : sa capacité à *passer* d'une région de signification (la ville) à l'autre (le festival) afin d'intégrer, à terme, le lieu du festival, et *en être* (...) » (2003, p. 10). Notre démarche, tout en s'inspirant de cette analyse, sera ici quelque peu différente en ce que nous nous focaliserons sur l'espace festivalier au sens strict. Comme nous l'avons vu, cette notion d'espace festivalier évolue à mesure que les dispositifs numériques remettent en question les notions de territorialité et d'extraterritorialité. Nous nous focaliserons sur

l'espace festivalier en tant que tel et sur la manière dont les différents espaces de signification – principalement les dimensions privées et publiques – cohabitent et interagissent *en son sein* : dans le cas du Marché du Film de Cannes un espace-temps géographiquement homogène, dans le cas du Festival de Kinotayo un espace que nous nommerons *principal* et ses excroissances géographiquement dispersées. Ce faisant, nous étudierons les interactions entre les différents espaces et modalités temporelles, non entre le festival et l'environnement urbain qu'il investit, mais bien internes à lui-même et à la diversité évolutive qui le constitue.

Les outils numériques présentent au premier abord des spécificités symboliques notables. « Il n'y a pas d'espace public, de circulation ou de communication, qui ne recèle cette part d'évitement décrite par Simmel ou Goffman comme indifférence à la différence des choses » (Joseph, 1993, p. 398). Peut-on considérer certains aspects de l'usage individuel des outils numériques et des réseaux sociaux de communication comme un processus d'évitement ? Un festivalier, à travers cette pratique ponctuelle, met momentanément son activité en *suspens* en s'isolant symboliquement de son environnement immédiat, ciblant une partie de son attention hors de la sphère sociale dans laquelle il se trouve physiquement. Sur la base de la porosité croissante des sphères sociales, Isaac Joseph estime qu'il est nécessaire « qu'on définisse un espace public comme un *espace de rencontres* et qu'on s'interroge sur *l'organisation sociale des rencontres* » (1993, p. 399). C'est précisément à travers cette organisation que la spécificité symbolique des outils numériques trouve un espace de déploiement important. Le processus d'évitement peut contribuer à structurer les rapports sociaux de l'espace direct dans lequel l'individu se trouve, régulant le flux de ses rencontres et échanges interpersonnels. Par cet usage, il *se donne à voir* hors de la sphère collective. Il change ainsi de mode de communication et d'univers codifié, sans jamais opérer de rupture totale avec son environnement direct. Cette dimension, relevant de l'anthropologie de la communication, est très heuristique concernant le flou des frontières entre dimensions privées et publiques. On peut discerner d'autres modalités non numériques de ce processus d'évitement en sphère publique, depuis la lecture d'un livre jusqu'à l'utilisation de téléphones portables dits « classiques ». Toutefois, ces derniers ne revêtent pas la dimension symbolique des relais multimédias mobiles. Un livre n'est pas vecteur de communication interpersonnelle, tandis qu'un téléphone

portable non numérique, s'il constitue ce type de vecteur, ne le fait que sous l'unique dimension d'un dialogue verbal. « Quant aux usagers, ce qui les intéresse c'est de pouvoir combiner, dans un seul et même espace de déplacement, plusieurs rôles et plusieurs activités » (Joseph, 1993, p. 398). Se *donner à voir* en plein processus d'hybridation des sphères sociales à l'aide d'un relai numérique implique une multidimensionnalité bien plus fertile en représentations chez les potentiels observateurs.

Par-delà cette valeur symbolique intrinsèque aux outils numériques individualisés, produisant un impact notable sur la structuration des relations interpersonnelles en situation collective, les dispositifs ici étudiés entraînent également un impact effectif sur le rapport que les spectateurs entretiennent avec les espaces de diffusion.

« La territorialité de ne construit pas seulement par et à travers une opération de délimitation, mais aussi par les déplacements et les types de franchissement que les caractéristiques mêmes de la délimitation infèrent directement ou rendent possibles. » (Poggi, 2003, p. 16)

Nous interroger sur le rapport spectatorial à l'expérience des espaces implique ainsi de nous interroger également sur les modalités de leur *franchissement*. En cela, l'analyse des modes d'hybridation des espaces de signification se déployant en régime numérique joue un rôle déterminant. Il convient alors d'interroger leur nature : sont-ils une restructuration complexifiée d'espaces gardant au final une identité propre et stable, ou bien impliquent-ils la création de dimensions spécifiques, intermédiaires et se situant à mi-chemin des deux sphères d'origine ?

Marie-Hélène Poggi, dans la lignée de son étude de la construction du territoire festivalier en interaction avec l'espace extra-festivalier sur lequel il se fonde, a développé la notion « d'espaces intermédiaires ». Ces derniers, nous dit l'auteur, « assurent la liaison entre l'extérieur et l'intérieur » (2003, p. 11) du festival. Peut-on transposer cette notion d'*espaces intermédiaires* à notre étude des modalités d'hybridation entre sphères privée et publique au sein de l'entité festivalière ? Ces espaces, tels que définis par Marie-Hélène Poggi, diffèrent de la notion « d'espaces semi-

publics » telle que développée par Sylvie Thouard (2006). Cette dernière entend étudier, à travers ce concept, les effets produits par les évolutions technologiques des écrans de diffusion sur les espaces sociaux dans lesquels évoluent les spectateurs.

« Les ouvertures vers des micro publics que ces écrans autorisent, à des programmeurs inventifs, invitent à examiner les espaces de diffusions semi-publics émergents, les mutations esthétiques voire les reconfigurations de positions spectatoriennes qui y prennent place. » (Thouard, 2006, p. 58)

La diffusion des outils numériques et leur accessibilité de plus en plus facilitée pour les publics permettent aux individus de contourner les rouages traditionnels de l'industrie cinématographique, et ainsi de déployer leur expérience de spectateur dans un espace qui ne relève ni de l'expérience dite « classique » en salle, ni de la stricte sphère privée.

« On s'est peu préoccupé de quantifier, moins encore d'analyser, les sorties en espaces semi-publics, peut-être parce que le moteur principal n'en est pas de faire consommer un produit commercial mais plutôt de faire exister des rencontres et des échanges en spectateurs. » (Thouard, 2006, p. 58)

Cette appropriation de l'expérience collective permise par les outils numériques de diffusion s'accompagne souvent, selon Thouard, d'une démarche analogue au niveau de l'usage des outils numériques de création. Les œuvres diffusées dans le cadre des espaces semi-publics correspondent ainsi à une volonté de contourner les systèmes traditionnels de création afin de creuser une voie alternative de développement créatif et expressif.

« Ces productions sont généralement peu coûteuses, leur circulation et distribution restreinte, bien qu'elles trouvent parfois des instances de diffusion légitimes (festivals, salle de cinéma), et que certaines de leurs inventions stylistiques soient reproduites par des productions commerciales. » (Thouard, 2006, p. 61)

Selon Isaac Joseph, plusieurs éléments serviraient à définir un espace privatisé : sa propriété juridique, sa légitimité à être approprié ou la « porosité relative des activités qui s’y déroulent » (1993, p. 398). Peut-on considérer l’espace festivalier, sous l’angle des effets produits par les outils numériques de diffusion et les phénomènes d’appropriation individuelle de l’expérience collective que nous venons de voir, comme un *espace en voie de privatisation* ? A priori, la logique inhérente aux espaces semi-publics selon Thouard et celle inhérente à l’hybridation des espaces collectifs que nous nous proposons d’étudier ici divergent. Si elles participent d’une même dynamique concernant l’appropriation individuelle des sphères sociales, Thouard définit ces espaces comme *alternatifs* aux espaces historiquement et socialement structurés par les logiques économiques des industries culturelles. L’angle d’analyse que nous adopterons ici sera sensiblement différent de celui de Sylvie Thouard et plus spécifique : nous entreprendrons de définir la notion d’espaces semi-publics en tant qu’espaces *intermédiaires*, des espaces transitoires complexifiés dans lesquels les individus évoluent. Il va donc s’agir ici de proposer, à travers l’étude de deux cas festivaliers, une définition alternative au concept d’*espaces semi-publics* en les analysant non comme des espaces *autres*, séparés des traditionnelles sphères privées et publiques, mais comme des espaces complexes situés au carrefour de ces sphères et les restructurant continuellement. C’est ce que nous ferons à travers le volet cannois de l’enquête.

Il nous faudra toutefois, avant d’analyser ce que *font* les dispositifs numériques à l’expérience collective et aux espaces dans lesquels elle se déploie, analyser ce qu’ils *signifient*. Pour ce faire, il va être nécessaire d’étudier la symbolique médiatique et discursive accompagnant leur évolution, afin de saisir, par-delà ce qu’ils sont réellement, ce qu’ils peuvent représenter dans les discours communs.

4. L'analyste et le piège du raccourci : la catégorie de la « nouveauté » et ses usages

La question d'une certaine production de sens via les relais médiatiques et les discours positivistes de la nouveauté

Les grandes évolutions technologiques ont toujours été accompagnées, d'autant plus en temps de crise, de discours qui extrêmes leurs enjeux en faisant émerger des catégories exclusives. Ces discours s'ancrent dans un champ sémantique qui est soit *prophétique* – un discours reposant sur les bienfaits sociaux à venir permis par les évolutions technologiques, soit *apocalyptique* – un discours basé sur un fatalisme postulant une perte de valeurs sociales, stigmatisant la technologie comme déshumanisante⁵. Les différentes grandes étapes technologiques qui ont marqué l'histoire du cinéma n'échappent pas à cette symbolique duale. Les exemples les plus notables concernent l'établissement du parlant avec la sortie de *The jazz singer* (Alan Crosland, 1927) ou de la couleur avec le premier long-métrage en Technicolor, *Becky Sharp* (Rouben Mamoulian & Lowell Sherman, 1935), où l'essentiel des discours médiatiques s'articulaient autour des catégories énoncées plus haut. C'est ce que nous appellerons ici des *discours de la rupture*.

« Mutation ? Révolution ? Il y en a tant eu ici et là, qui n'apparaissent plus, rétrospectivement, dans l'histoire de la culture ou de la technique que comme figures transitoires d'une évolution dont les contemporains se faisaient une idée dont la naïveté et l'émerveillement nous font aujourd'hui sourire. Le désir s'assister en direct à un chambardement qui marquera l'avenir, pour le meilleur ou le pire, est de toutes les époques. » (Passeron, 1991, p. 299).

⁵ Nous reprenons ici ces catégories d'après l'introduction de BEAU Frank, DUBOIS Philippe, LEBLANC Gérard (dir.), *Cinéma et dernières technologies*, De Boeck Université, col. « Arts et cinéma », 1998

Nous nous trouvons ainsi, aussi bien à travers ces cas historiques que dans celui du développement des outils numériques marquant les industries culturelles depuis le début des années 2000, face à un imaginaire de la révolution et à une symbolique du bouleversement qui font abstraction des nuances. Or, ces nuances sont pourtant celles qui nous renseignent le plus sur l'objet étudié, ici l'évolution des pratiques et des représentations spectatorielles. En somme, les discours basés sur l'idée d'une rupture sont, sinon dangereux, bien réducteurs et constituent autant de chausse-trapes pour l'analyste. Se présentant comme globalisants au sens du *fait social total* tel qu'énoncé par Marcel Mauss notamment dans son étude *Sociologie et Anthropologie*, ils en viennent à éluder la complexe réalité de la *chose cinématographique*.

Pour mettre en lumière les mécanismes de cette rhétorique, nous nous appuyons sur l'idée qu'il existe un puissant *mythe positiviste*, le mythe se définissant selon les mots de Roland Barthes dans son ouvrage *Mythologies* comme un *outil de l'idéologie*. L'idéologie dont il s'agit ici est positiviste dans la mesure où elle associe progrès technologique et progrès social dans une même dynamique. Nous pourrions faire remonter les origines de ce mythe et des procédés rhétoriques qui y sont attachés à des périodes de l'histoire où ont été constatées des avancées significatives de la pensée scientifique, notamment en ce qui concerne la naissance et l'essor des sciences humaines sous l'impulsion d'Auguste Comte⁶. Toutefois, l'objet de cette analyse ne se trouve pas dans une quête des origines. Il se situe plutôt dans certaines formes que la rhétorique positiviste peut aujourd'hui revêtir lorsque l'on tente d'observer la pratique cinématographique dans le contexte de l'essor des technologies numériques. Les discours médiatiques portant sur le cinéma sont un bon exemple de ce phénomène en ce sens qu'ils relaient un imaginaire positiviste étroitement lié aux impératifs économiques d'une industrie culturelle qui, pour subsister, a besoin de susciter l'intérêt des publics et de vendre, plus qu'une nouveauté objective, une *sensation* de cette nouveauté. C'est ainsi que la symbolique d'un progrès exponentiel – à la fois technique, social et culturel – se met en place afin d'attiser l'envie de consommer du spectateur. Les technologies cinématographiques dites de la *projection en relief stéréoscopique*, plus communément appelées *technologies 3D/tridimensionnelles* ou simplement *relief*, en constituent un exemple frappant. Comme

⁶ Pour plus de précisions sur cette thématique, nous renvoyons le lecteur à l'article de DELFAU Gérard, « Le positivisme, l'histoire de la critique et nous », in *Persée*, Vol. 8, n°21-22, 1978, p. 234-236

nous le verrons dans la partie suivante, si ces technologies ne constituent en aucun cas une spécificité du développement des dispositifs numériques, elles y sont souvent rhétoriquement attachées. C'est précisément dans la production d'un décalage entre les discours communément diffusés – qu'ils soient médiatiques, institutionnels ou interindividuels – et la réalité historique que se met en place une *rhétorique de la rupture*.

Un aspect spécifique caractérise de manière notable les discours de la rupture : ils introduisent une confusion entre les notions d'invention et d'innovation. L'idée d'invention suppose une nouveauté dont l'apparition est temporellement identifiée ; il s'agit d'une création, d'un dispositif ou d'un procédé technique qui apparaît à un moment spécifique. L'innovation, en revanche, n'implique pas la création en tant que telle, mais l'utilisation qui sera faite d'une création et les modalités de son intégration dans les pratiques des individus, à un moment spécifique pouvant être différent du temps de son invention. Une création ayant perdu son statut d'invention pourra ainsi socialement devenir une innovation.

L'invention et l'innovation, en ce qu'elles intègrent et modifient tendanciellement les pratiques des individus, peuvent être à l'origine de l'émergence de nouveaux cadres de pensée et donc de nouvelles inventions et/ou innovations. Ces deux notions sont avant tout des éléments d'un système économique qui s'inscrivent dans le fonctionnement d'un ou de plusieurs marchés. Toutefois, l'innovation n'est pas nécessairement positiviste. Son apparition, par-delà certains repères temporels linéaires et « objectifs », se fait surtout par rapport à un environnement social et à un référent temporel spécifiques. Il pourra s'agir tout aussi bien de l'application ou de la disparition d'un procédé dans un contexte socioculturel donné. L'évolution en résultant est ainsi étroitement dépendante du contexte dans lequel elle est née. Tout dispositif faisant son apparition à un moment donné voit ainsi son rapport aux statuts d'invention et d'innovation être tiraillé entre une temporalité objective et une temporalité sociale plus élastique et morcelée. Le statut attribué à un dispositif est donc intimement lié aux représentations sociales qui l'entourent et à la manière dont il va ou non s'inscrire dans les pratiques et les représentations courantes, à travers un mécanisme que Peter L. Berger et Thomas Luckmann appellent, dans leur ouvrage *La construction sociale de la*

réalité, « institutionnalisation ».

Concernant le cas de des technologies cinématographiques de diffusion en relief, l'année 2009 nous offre un réservoir conséquent de discours médiatiques illustrant le type de confusions évoquées plus haut. Si l'existence des techniques de projection en relief stéréoscopique préexiste à l'invention du cinématographe et a connu diverses périodes d'exploitation notables au cours du XX^{ème} siècle, la technologie 3D a opéré un retour en grâce dans l'industrie du cinéma à partir du milieu des années 2000, la production de films en relief à large diffusion se déployant à nouveau. Si les évolutions techniques du procédé sont, pour le spectateur, principalement perceptibles au niveau d'un confort de vision accru, l'impact le plus important se joue du côté industriel à l'aide des évolutions des dispositifs numériques. Au fil des années, la technologie du relief est en effet devenue plus maniable et moins onéreuse. Ainsi, les industriels du cinéma ont recommencé à miser sur cette technique pour favoriser une progression de la fréquentation des salles. Afin d'assurer le développement d'une demande de la part des spectateurs, la 3D s'est alors vue médiatiquement parée des atours rhétoriques de la nouveauté. Les rhétoriques médiatiques dont il est ici question nous mettent face à un « régime de vérité » propre aux industries culturelles, au sens où l'entend Paul Veyne notamment dans son essai *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ?*.

2009 a vu la sortie du film *Avatar* de James Cameron, médiatiquement présenté comme élément clef d'une *révolution* à la fois numérique et tridimensionnelle. Comme nous le verrons plus tard, un corpus d'articles journalistiques réuni tout au long de l'année 2009 sur divers formats de diffusion nous a permis d'analyser les différentes catégories rhétoriques utilisées pour décrire les évolutions technologiques en question et ainsi de mettre à jour les principales caractéristiques de ce que nous appellerons le *régime de vérité* de l'industrie cinématographique en régime numérique. Il a ainsi été possible de constater que l'essentiel des discours analysés illustrent parfaitement la confusion rhétorique qui est faite entre innovation et invention. En aucun cas la 3D, malgré la symbolique d'apparition subite qui l'a accompagnée, ne constitue dans le contexte étudié une invention. Elle constitue, en revanche, une innovation dans la mesure où – même si l'amélioration technique semble peu importante d'un point de vue spectatorial – elle marque l'entrée inédite d'un dispositif technique dans un contexte social et

culturel spécifique, celui en pleine évolution de ce qui est communément appelé *l'ère numérique*. Cette logique n'est pas nécessairement positiviste dans la mesure où sa visée n'est pas exclusivement celle d'une massification technologique qui conditionnerait l'avenir de l'activité cinématographique. Pour de nombreux cinéastes et observateurs et par-delà les logiques industrielles, les technologies 3D impliquent avant tout une manière différente d'appréhender l'espace et la mise en scène, donnant naissance à de nouvelles dimensions du regard. Cette dynamique peut aussi bien tendre vers un accroissement technologique que vers des formes renouvelées et minimalistes de refus d'un positivisme strict.

Nous nous pencherons plus tard dans cette étude, à travers le volet consacré à l'enquête, sur la place occupée par les imaginaires positivistes et les rhétoriques de la rupture dans les représentations spectatorielles. Il s'agira de se demander comment s'articule chez les individus la réception du type de discours médiatiques que nous avons évoqués et en quoi les modalités de cette réception influencent le rapport qu'ils entretiennent avec les outils numériques. Cela nous permettra de mieux saisir la réalité complexe et nuancée attachée aux caractéristiques du régime numérique. Pour ce faire, il va tout d'abord s'agir de dépasser le type de rhétorique que nous venons d'évoquer, comme nous allons maintenant le voir.

De la nécessité de dépasser les discours de la rupture : perspectives historiques de la 3D et cas de « l'ère numérique »

Simone, spectatrice rencontrée en Mars 2009 à Nîmes dans le cadre de cette recherche, est ce que l'on appelle communément une cinéphile. Pourtant, elle n'aime pas ce terme auquel elle attribue une dimension de pédanterie qu'elle associe à une nécessaire érudition encyclopédique qu'elle décrète ne pas posséder. Loin de critères statistiques de fréquentation et de canons d'érudition préalablement définis, elle revendique, selon ses propres termes, le simple fait « d'aimer aller au cinéma »⁷. Elle se rend en salle généralement deux fois par semaine, selon ses envies du moment et en fonction de la

⁷ Entretien réalisé le 22 Mars 2009 à Nîmes.

programmation. Née en 1928, elle a découvert le cinéma dans la période d'après-guerre et vu son premier film en 1947, à l'âge de 19 ans. Depuis, elle n'a, selon ses propres mots, « jamais déserté les salles plus de quelques semaines, même dans les périodes où il n'y avait pas grand-chose d'intéressant ». Elle est aujourd'hui retraitée et peut se consacrer à cette passion cinématographique autant qu'elle le souhaite.

Une chose frappante chez Simone est le recul dont elle fait preuve par rapport aux évolutions que l'industrie cinématographique a connues depuis la fin des années quatre-vingt-dix. La période s'ouvrant alors est, comme nous l'avons vu précédemment, celle de l'essor des technologies numériques, de la dématérialisation des données et de la montée d'une nébuleuse médiatique dessinant des enjeux inédits tant au niveau des contenus filmiques que de leur diffusion, médiatisant ainsi un soi-disant *nouveau rapport* que les spectateurs entretiennent avec les films. Or, quand on parle à Simone de la « révolution 3D du cinéma » que les médias ont relayée à grande échelle en 2009, celle-ci affiche une expression incrédule en rétorquant que « ça n'a rien de nouveau ». Ce procédé de diffusion, donnant l'illusion que la projection cinématographique se manifeste en trois dimensions, lui est familier : « j'en ai entendu parler dans les années cinquante et j'ai vu quelques films dans les années quatre-vingt, même si ces films étaient très mauvais ». Depuis, elle a pu, dans les années quatre-vingt-dix, assister à nouveau à de telles projections – au Futuroscope de Poitiers notamment.

Que nous dit une carrière spectatorielle comme celle de Simone du cas des technologies tridimensionnelles du cinéma et des rhétoriques de la nouveauté dont il est ici question ? L'instauration d'un rapport critique à la notion de nouveauté semble ici se déployer, mettant en tension *mémoire individuelle* et *représentations médiatiques*. Ce qui peut être catégorisé comme étant nouveau repose en fait ici sur du *déjà existant*, comme le met en avant la perspective historique adoptée de Simone. Comme nous allons le voir et dans la continuité de l'exemple pris en partie précédente, le cas des technologies tridimensionnelles constitue ainsi un terrain propice à la montée d'un rapport critique vis-à-vis de ce concept de nouveauté et des rhétoriques de rupture. Le relief, procédé plus ancien encore que l'invention du cinéma⁸, a en effet connu des vagues importantes

⁸ Sans remonter jusqu'aux premières théories de la vision binoculaire datant de la Grèce Antique, nous pouvons notamment mentionner le cas des projections stéréoscopiques sur

d'exploitation dans l'histoire de l'industrie cinématographique. Si le premier film en relief publiquement projeté pour un public payant, le 10 juin 1915 à New York, est une courte œuvre documentaire d'Edwin S. Porter et William E. Waddell, il faudra attendre 1952 pour voir l'industrie hollywoodienne exploiter le procédé stéréoscopique dans le cadre d'une large diffusion avec le premier long-métrage de fiction intégralement en 3D, *Bwana Devil* d'Arch Oboler. Une période faste pour les productions hollywoodiennes en relief s'en suivra pendant quelques années, avec la sortie de films tels *House of Wax* (André de Toth, 1953) ou encore *Dial M for Murder* (Alfred Hitchcock, 1954). Le procédé technique continue à évoluer et gagne en précision, notamment grâce à des techniques 3D adaptées – telles le *SpaceVision* utilisé à l'occasion de la production du film de science-fiction *The Bubble* (Arch Oboler, 1966).

Un retournement s'opérera toutefois dès 1953 avec l'arrivée d'un nouveau procédé technique, le CinemaScope. Ce dernier gagnera rapidement les faveurs de l'industrie cinématographique et des publics, cristallisant un certain mécontentement des exploitants face au coût imposé par les studios pour toute démarche de diffusion 3D ainsi qu'une lassitude plus globale des spectateurs face à une forme qui peine à se renouveler. Après la traversée de sphères de diffusion plus confidentielles dans les années soixante et soixante-dix, la 3D connaît sa seconde période notable d'exploitation dans les années quatre-vingt autour d'un nouveau type de films qui se révèle particulièrement perméable à la mode du relief : le blockbuster⁹. De nombreux films 3D à diffusion large refont ainsi leur apparition, créés dans la lignée de précédents succès cinématographiques. *Jaws 3-D* (Joe Alves, 1983) ou *Amityville 3-D* (Richard Fleischer, 1983) en constituent deux exemples significatifs. La mention du procédé technique dans les titres de ces films nous renseigne d'ailleurs sur l'intention exclusivement formelle de ces projets, pensés davantage comme des attractions que comme des œuvres à visée artistique. Ce renouveau durera quelques années avant que le relief ne quitte encore une fois les grands réseaux de diffusion cinématographique, son succès public étant sur le déclin.

plaque de verre remontant au XIX^{ème} siècle. Sur la question des simulacres sensoriels liés aux dispositifs techniques, nous renvoyons le lecteur à PERRIAULT Jacques, *La logique de l'usage*, Paris, Flammarion, 1992.

⁹ Le *blockbuster* est un film de divertissement à gros budget et à large diffusion dont le format apparaît dans les années soixante-dix avec la sortie des *Dents de la Mer* (Steven Spielberg, 1975) et de *Star Wars* (George Lucas, 1977).

Comme nous l'avons vu plus haut, les années 2000 voient un retour important dans les circuits de diffusion des procédés de projection en relief, qui trouvent dans l'interaction avec les dispositifs numériques une facilité d'usage et de diffusion accrue. C'est dans la tension entre cet historique de la projection cinématographique en relief et ce que nous avons appelé le *régime de vérité* propre à l'industrie cinématographique en régime numérique que se déploie l'espace de discours d'une spectatrice comme Simone. Son parcours et son témoignage illustrent ce que nous avons désigné comme un *arbitraire de la nouveauté* propre aux discours technologiques positivistes. Il n'est toutefois pas nécessaire de posséder une expérience spectatorielle aussi longue que la sienne pour percevoir le caractère fortement discutabile de cette soi-disant nouveauté.

L'étude de 2008 menée par Olivier Donnat met en lumière une interrogation similaire, dans le cadre du régime numérique, concernant cette notion d'arbitraire :

« A l'échelle de la population française, la plupart des évolutions de la dernière décennie prolongent parfois en les amplifiant des orientations dont l'origine est bien antérieure à l'arrivée de l'internet. Les seules véritables ruptures concernent la durée d'écoute de la radio qui a baissé de manière importante et celle de la télévision qui marque le pas après la spectaculaire progression des dernières décennies. Dans tous les autres domaines (écoute de musique, lecture de presse et de livres, fréquentation des équipements culturels, pratiques en amateur), les changements restent d'ampleur limitée et surtout s'inscrivent dans le prolongement de tendances mises en évidence par les précédentes éditions de l'enquête *Pratiques culturelles des Français*. »
(Donnat, 2009, p. 205)

Peut-on réellement parler, même dans les cas évoqués de la radio et de la télévision, de *rupture* ? Ce dernier concept, rhétoriquement corolaire de celui de la nouveauté, s'avère tout aussi arbitraire dans les modalités de son usage. A partir de quel pourcentage de progression ou de diminution dans les pratiques des individus peut-on trouver une réelle légitimité à parler de rupture ? Ces pratiques, bien que statistiquement moindres par rapport à une situation antérieure dont la définition reste ici vague, demeurent une

réalité importante. L'usage d'une telle catégorie nécessite l'instauration d'un référent d'analyse spécifique et ne peut être énoncée *dans l'absolu*. Nous avons ici affaire à un exemple heuristique du flou entourant l'emploi des terminologies *nouveauté* et *rupture*, souvent vidées de leur substance sémantique par l'absence de définition d'un réel contexte d'énonciation.

Nous trouvons un autre exemple de la difficulté qu'il y a d'appréhender l'idée de nouveauté dans la notion de *nouveau spectateur* telle qu'elle a été développée dans de multiples études conduites sur les rapports entre publics et dispositifs numériques. Laurence Allard, dans son article « Cinéphiles à vos claviers ! », a notamment associé cette notion à la figure d'un « spectateur-acteur » qui prend toute sa dimension dans la « cyberculture ». Plus largement, cette catégorie postule, par sa terminologie, une rupture nette avec un supposé préexistant. Or, l'idée de nouveauté recoupe une multitude de réalités et angles d'analyse : elle peut désigner aussi bien une nouveauté des comportements spectatoriels qu'une supposée nouveauté technologique ou encore une nouveauté des discours médiatiques. Notre étude abordera donc, dans le volet assigné à l'enquête, cette question de la rhétorique de la nouveauté à travers l'analyse de cas des représentations que véhiculent une sélection de discours médiatiques ayant marqué l'année 2009, ainsi qu'à travers la réception de ces représentations par des spectateurs en 2010 et 2011. Nous tenterons, à travers un protocole basé sur des entretiens, de mettre en évidence le décalage que produisent ces discours avec une réalité hétérogène des pratiques spectatorielles qui n'est pas réductible à une approche duale entre de l'ancien et du nouveau, entre l'idée d'une stagnation et celle d'un changement. Le travail d'analyse portera notamment sur les conditions et les modes d'élaboration des discours médiatiques, sur les catégories rhétoriques et analytiques qui sont utilisées ainsi que sur les modalités de leur réception par les individus. Nous proposerons ainsi de reconsidérer ces discours dans une continuité historique, loin de discours extrêmes postulant une rupture.

Ces questions ne sont pas récentes. Toutefois, l'essor des dispositifs numériques et les évolutions médiatiques qui les ont accompagnées leur donnent une ampleur inédite qui invite à les reconsidérer. Nous avons notamment constaté que la plupart des discours médiatiques portant sur l'idée de nouveauté occultent la question de la nuance des

pratiques, question que nous recouperons sous l'appellation *complexité spectatorielle* et que nous tenterons de mettre à jour à travers cette recherche. Avec cette notion, il s'agit de penser le spectateur dans une optique non-linéaire, postulant la construction d'une identité qui se fait et se défait continuellement. Ce qui nous intéressera ici particulièrement concerne les tensions entre les éléments relevant de l'évolution du statut de spectateur et les éléments marquant une certaine continuité dans son parcours. Ainsi notre questionnement pourra être formulée en ces termes : par-delà les rhétoriques centrées autour de l'idée d'une nouveauté globalisante, selon quelles modalités peut-on conceptualiser la complexe réalité des pratiques spectatorielles en régime numérique, quelque part à mi-chemin entre dynamiques évolutives et éléments de continuité ?

Ceci devra nous permettre de saisir les stratégies mises en œuvre par l'industrie cinématographique et d'aller par-delà les schémas discursifs de la nouveauté qui ont historiquement contribué à structurer ses représentations. Plus précisément, ceci devra nous permettre de saisir, en ce début de XXI^{ème} siècle, les enjeux relatifs aux évolutions technologiques et médiatiques qui traversent aujourd'hui les champs de la diffusion et de la réception des films. En effet, l'évolution rapide des outils numériques déstabilise la relation et les stratégies de communication que les acteurs de l'industrie avaient jusqu'à présent instaurées avec leurs publics. Les discours médiatiques nous offrent à ce titre un terrain fertile d'observation. Les pratiques spectatorielles se sont complexifiées autour des dispositifs numériques : réseaux virtuels, écrans mobiles, téléchargement de contenus, etc. Ceux-ci conditionnent largement l'accès aux films et la libre circulation de la parole individuelle via les sites Internet dédiés au cinéma, les réseaux sociaux ou les blogs. La nécessité de dépasser les schémas de la nouveauté par un travail précis de contextualisation est donc plus que jamais nécessaire pour saisir cette réalité complexe et nuancée.

Il a été question, dans cette partie, du concept de « nouveau spectateur ». Nous allons maintenant étudier, à travers ce cas précis, en quoi ce concept illustre particulièrement la nécessité de nuance de l'analyste en régime numérique.

Le « nouveau spectateur » face à ses contradictions : de la nécessité pour l'analyste de privilégier le crochetage de serrure au bélier

Comme nous l'avons vu, les évolutions médiatiques et technologiques qui entourent le développement des dispositifs numériques conduisent à facilement constituer des raccourcis de pensée. Ainsi, il importe de réintroduire des nuances en faisant usage de notions telles que celles de complexité et de continuité. C'est seulement ainsi qu'il est possible d'appréhender avec plus de justesse les différentes facettes de l'évolution des activités des spectateurs de cinéma et, plus largement, des activités culturelles en dehors de tout schéma restrictif et simpliste. C'est dans le rapport étroit qu'entretiennent les éléments de continuité avec les divers éléments d'évolution – qu'ils soient médiatiques, technologiques ou symboliques – que l'on peut saisir toute l'épaisseur de la *complexité spectatorielle*.

L'évolution principale ici analysée réside non pas dans une *nouveauté* unilatérale et largement fantasmée, mais dans une complexification de l'existant, notamment à travers les restructurations inédites des sphères sociales traditionnelles du privé et du collectif qui conduisent à la constitution d'interactions – qu'elles soient inter-spectatorielles ou entre spectateurs et industrie – toujours plus denses. Selon Emmanuel Ethis dans un article datant du 19 Mai 2009, « faire de la sociologie du cinéma aujourd'hui, c'est donc bel et bien comprendre comment le cinéma évolue dans les nouveaux partages qu'il autorise (...) »¹⁰. Sans cette prise de distance face aux schémas rhétoriques tombant sous le sens commun et sans cette attention portée à un ensemble complexe et parfois contradictoire de tendances spectatorielles en régime numérique, il sera impossible d'aborder les questionnements liés aux évolutions du domaine cinématographique sur des bases pertinentes. Le questionnement du déterminisme technologique est ici central : comment dépasser la vision d'un modèle linéaire de l'innovation ? Si cette nécessité de mettre en débat nos schémas analytiques s'affirme avec force à l'heure du numérique, il apparaît qu'elle s'impose également pour l'ensemble des études portant sur des moments de l'histoire où sont constatées des évolutions rapides et intenses dans les domaines sociaux, culturels, politiques et techniques, entraînant des évolutions

¹⁰ In <http://ethis-e.blogspot.com/>

comportementales d'importance – qu'elles soient spectatorielles ou non. Reste à déterminer la nature précise de ces dynamiques ainsi que leurs frontières. Les représentations suscitées et diffusées par les films et leurs supports prennent forme aujourd'hui dans un espace qui, s'il n'est pas *nouveau*, est bien *renouvelé*. Cet espace inédit de développement du regard et de la créativité spectatorielle permet à chaque individu de déconstruire et reconstruire en permanence son rapport à ses pratiques, à ses représentations et à la sphère culturelle au sens large. On dira ainsi que chacun « artialise » le monde à sa manière avec des outils lui offrant des possibilités croissantes. On pensera, bien entendu, à la construction par les individus de « mondes de l'art » tels que théorisés par Howard Becker dans l'étude du même nom.

La question du spectateur de cinéma se trouvant au centre de cette recherche, la catégorie du « nouveau spectateur » nous intéressera donc particulièrement pour illustrer l'angle d'analyse ici adopté. Comme nous l'avons vu, l'idée d'une rupture entre un monde analogique et un monde numérique est largement fantasmée et rejoint ce que Nick Prior nomme, dans le cadre de son analyse de l'effet des dispositifs numériques sur l'industrie musicale, les « mythologies et idéologies du numérique »¹¹. Que signifie par rapport aux représentations cinématographiques et spectatorielles le fait d'invoquer un hypothétique *nouveau spectateur* ?

La littérature entourant les diverses évolutions spectatorielles depuis la fin des années 1990, alors que l'usage d'Internet se démocratise avec une ampleur inédite, est foisonnante. Nombreux sont les concepts ayant pour ambition de saisir la complexité de ces évolutions principalement liées aux médias et aux technologies de diffusion. D'un analyste à l'autre, plusieurs portraits notables de spectateurs ont ainsi émergé, nés soit dans le contexte spécifique de cette émergence numérique *grand public*, soit dans un contexte plus ancien mais revêtant de nouvelles perspectives une fois placés dans la lumière de cette période récente. L'étude ici menée, entreprenant l'analyse de l'impact des technologies numériques de diffusion sur les comportements et représentations spectatorielles, ne pouvait pas négliger un certain nombre de ces concepts afin d'en

¹¹ Voir sa contribution « Le numérique, un concept protéiforme... », texte présenté dans le cadre du séminaire ANR *Le travail artistique en régime numérique*, Paris, Laboratoire Georges Friedmann, Juin 2010, à consulter sur <http://www.culturessonores.org/2010/le-numerique-un-concept-proteiforme-par-nick-prior/>

saisir les apports et les limites. Nous pourrions ainsi mentionner, au sein de ce terreau théorique, plusieurs apports conceptuels dont nous pourrions nous inspirer : « l'archi-spectateur » d'après Michel Riffaterre, le « spectateur-citoyen » tel que décrit par Sylvie Thouard, le « spectateur expert » et le « spectateur-acteur » tels que développés par Emmanuel Ethis, ou encore le « spectateur idéal » que l'on retrouve d'Adam Smith à Laurent Jullier. Que nous indiquent ces multiples catégories, élaborées dans des contextes différents et voyant chacune leur auteur développer sa propre approche d'un hypothétique *nouveau spectateur*, sur la multiplicité des évolutions actuelles du statut des spectateurs de cinéma ? Chacune d'entre elles semble mettre l'accent sur une partie spécifique de l'activité spectatorielle. Il va tout d'abord nous falloir nous pencher plus précisément sur leurs significations précises avant d'opérer un travail synthétique nous permettant, *in fine*, de les dépasser.

Nous avons vu que l'un des aspects les plus importants des médias et outils numériques réside dans les modalités d'accès à l'information et aux contenus culturels qu'ils permettent. Quelles dimensions cette évolution apporte-t-elle à l'activité spectatorielle ? Emmanuel Ethis, dans son article du 19 Mai 2009 mentionné précédemment, insiste sur cette idée à travers le portrait d'un spectateur chez qui l'expertise du regard acquiert une pertinence inédite :

« Si certaines technologies nouvelles s'appuient sur le potentiel conversationnel contenu dans les films qui comptent pour nous, d'autres comme le téléphone portable ou les petites caméras numériques ont mis à portée de tous les moyens de filmer, de monter des images, de scénariser des séquences ou, plus simplement, de capter un moment du quotidien. Ces gestes-là, s'ils ne transforment pas les pratiques en elles-mêmes, façonnent en revanche le regard des spectateurs qui deviennent de véritables spectateurs-acteurs. La répétition de ces gestes feront des publics de demain, non pas des réalisateurs, mais des experts attentifs et avertis capables de mieux voir et de mieux parler encore de leur pratique qui trouve chaque jour de nouvelles voies de partage comme c'est le cas sur *My Space, Facebook, Dailymotion ou Youtube*. En effet, la nouvelle expertise spectatorielle permet de réifier l'autonomie du jugement, le regard des publics et surtout les

échanges qu'ils engendrent autour de la qualité technique d'un film, de son originalité, de la force du récit qu'il porte, de ce que ce récit dit de nous, de ce qu'il nous apprend de nous-mêmes et de l'émotion qu'il est en mesure de susciter »¹².

L'expertise dont il est ici question n'est pas uniquement factuelle et informationnelle. Elle est également une expertise active du regard. Cette dimension de l'expertise est très proche de la notion d'interaction, comme l'indique la terminologie de *spectateur-acteur* qu'Emmanuel Ethis invoque. Beaucoup d'analystes mettent l'accent de manière similaire sur cette dimension interactionnelle accrue, liée à l'usage des outils numériques, en évoquant la figure d'un individu capable d'entretenir un rapport actif dans son rapport direct avec les œuvres. Se déploie ainsi, dans la lignée des rhétoriques de la rupture et de la révolution évoquées précédemment, l'imaginaire d'un individu interagissant directement avec les films en ayant désormais le pouvoir, à travers des dispositifs inédits, de s'immerger totalement dedans et d'être érigé au rang de co-créateur. La pertinence de l'analyse d'Emmanuel Ethis réside dans le fait qu'il situe le développement numérique de la capacité à interagir non pas dans le cadre de l'œuvre elle-même, mais dans l'activité spectatorielle qui se déploie autour de cette dernière, via la confrontation à des outils évolutifs et les rapports à la chaîne cinématographique qu'ils induisent. Nous nous pencherons plus tard sur cette question de l'interaction spectatorielle en régime numérique, aussi bien sur l'imaginaire commun parfois trompeur dans lequel elle s'inscrit que sur les zones où elle se développe de manière effective.

L'expertise spectatorielle en régime numérique permet donc aux individus de contextualiser plus précisément que jamais les œuvres, non seulement à travers des possibilités accrues de connaissances théoriques les concernant, mais également à travers un regard plus empiriquement éduqué à l'image. Sylvie Thouard met, quant à elle, l'accent sur une dimension spectatorielle analogue accentuée par les dispositifs numériques. Elle parle ainsi, dans le cadre de son analyse des espaces semi-publics, de « spectateurs citoyens » (2006, p. 58) dont les pratiques trouvent une ampleur inédite à travers les possibilités offertes par les outils numériques, notamment celle de s'approprier certains dispositifs de diffusion et de contourner ainsi le régime

¹² In <http://ethis-e.blogspot.com/>

réglementaire établi par l'industrie cinématographique. Il s'agit là de ce que Georges Amar nomme « une reprise du pouvoir du consommateur-citoyen sur les objets et services de son quotidien » (2010, p. 21). Le *spectateur citoyen* serait alors l'individu investi d'une responsabilité culturelle d'ampleur inédite, pouvant non seulement adopter une démarche critique effective vis-à-vis des industries culturelles mais ayant désormais la possibilité de développer des pratiques alternatives avec une grande facilité. L'individu est donc plus que jamais acteur des conditions de sa propre expérience cinématographique, ce qui l'incite à poser son regard non seulement sur les œuvres elles-mêmes, mais également *au-delà* de ces dernières en étant de plus en plus impliqué dans les rouages de leur diffusion. Le spectateur est ainsi amené à se situer lui-même dans la chaîne cinématographique. Le trait spectatorial ressortant de cette analyse est, au-delà d'une mise en contexte plus pertinente des œuvres, celui d'une mise en contexte des spectateurs eux-mêmes plus pertinente et, surtout, plus *réflexive*.

Nous trouvons un écho de cette dimension réflexive dans le concept de « spectateur idéal », d'abord développé par Adam Smith notamment dans son ouvrage *Théorie des sentiments moraux*, et dont la terminologie a ensuite été reprise par Laurent Jullier qui le définit comme l'individu qui voit dans son rapport à l'œuvre « un moyen de se connaître mieux en devenant l'observateur de ses propres réactions » (2008, p. 122). Nous retrouvons donc ici, dans le trait spectatorial mis en avant, cette même idée d'une importante *réflexivité*. Cette dernière, développée dans le cadre de l'expérience de l'œuvre, est complémentaire de celle précédemment évoquée, développée en amont et en aval de l'œuvre à travers un rôle actif acquis par les individus dans la mise en place des conditions de leur expérience. Une fois placée dans le contexte d'émergence et de développement des dispositifs numériques, cette dimension de réflexivité prend une ampleur toute spécifique. L'individu se trouve en position de prendre un ascendant inédit dans la co-création du pacte de réception des œuvres qu'il instaure avec les industries culturelles.

Une dernière notion va ici nous intéresser pour questionner notre méthode d'approche du spectateur de cinéma en régime numérique. Il s'agit de l'*archi-spectateur* qui est, quant à lui, une notion découlant de la manière dont la théorie littéraire – et notamment Michel Riffaterre dans son ouvrage *La production du texte* – a construit le concept

« d'archi-lecteur ». Dans le contexte de la confrontation entre un individu et une œuvre, qu'elle soit littéraire ou cinématographique, on peut retrouver une grande variété de pactes de réception d'un individu à l'autre, depuis les pactes dits *faibles* jusqu'aux pactes les plus intenses et immersifs. Entre le spectateur le plus distrait et celui témoignant d'un *usage fort* des contenus culturels – indépendamment du niveau d'érudition, comment appréhender cette complexe diversité des pratiques spectatorielles ? Passeron, dans ce sens, évoque ainsi « l'hétérogénéité sociale de l'archi-lecteur (au sens de Riffaterre qui l'entend comme la somme des *pactes de lecture* réellement passés par ses lecteurs effectifs avec un même texte littéraire) », allant à l'encontre de « l'idée romanesque d'un public-monolithe »¹³. L'archi-spectateur prend alors la forme d'une notion repère par rapport à laquelle s'évalue l'ampleur de l'hétérogénéité des pratiques. Jean Davallon, citant Passeron et Pedler, évoque cette dimension de construction analytique :

« C'est là où le regard sociologique constitue un apport de premier plan dans la mesure où, le public réel ne s'inventant pas, l'enquête contribue à construire empiriquement cet archi-spectateur comme le *maximum de la dépense en efforts significants*. » (Davallon, 1993, p. 160)

Ce dernier incarne alors l'idée d'une réception maximale à laquelle il s'avère heuristique de comparer l'ensemble des pactes de réception des individus ainsi que la diversité de leur « dépense interprétative » (Passeron & Pedler, 1991, p. 32). Ceci permet d'approcher la portée symbolique des divers niveaux de réception ainsi que les conditions de la création et de la diffusion des contenus culturels.

Sur cette base, Emmanuel Ethis a développé dans la lignée de Jean-Claude Passeron et Emmanuel Pedler son approche du concept d'*archi-spectateur* :

« On a affaire ici aux préférences d'un spectateur idéal typique, un archi-spectateur dont les choix hiérarchiques ne sont autres – il ne faut pas

¹³ Voir PASSERON Jean-Claude, « Consommation et réception de la culture : la démocratisation des publics », in <http://www2.culture.gouv.fr/deps/colloque/passeron.pdf>

l'oublier – que la sommation de toutes les techniques de jugements de nos enquêtés en situation. » (Ethis, 2006, p. 205)

Qu'est-ce que serait l'archi-spectateur en régime numérique ? Entrant dans la lignée d'un idéal-type au sens wébérien, cette figure correspondrait alors à un idéal-type *positiviste*, c'est à dire à un usage fort des contenus et outils numériques. C'est à l'aune de cet idéal-type qu'il serait alors possible d'analyser tous les profils spectatoriels non strictement positivistes, témoignant de la dimension de continuité des pratiques que nous avons évoquée précédemment. Le problème d'une notion telle que l'archi-spectateur est son aspect restrictif. L'archi-spectateur en régime numérique, tel que nous le définissons, revient à conceptualiser l'idée de *nouveau spectateur* et des rhétoriques positivistes que nous tentons ici de dépasser. Nous avons vu que définir l'archi-spectateur consiste à établir un repère par rapport auquel l'hétérogénéité des pratiques se déploie. Toutefois, une fois que ce repère est fondé, par quels moyens approcher ladite complexe hétérogénéité spectatorielle ? Le terrain du développement des dispositifs numériques étant relativement récent, il reste délicat de mettre en place des outils d'analyse stables et pertinents afin de saisir les nuances de l'expérience cinématographique qui nous intéressent ici.

Comment trouver une réalité commune et transversale quelque part dans cette multiplicité de portraits et de figures, mettant chacun l'accent sur un aspect comportemental spécifique ? Dans quelle mesure peut-on proposer un modèle théorique flexible regroupant tous les traits évolutifs et traits de continuité liés aux dispositifs et aux imaginaires numériques, et ainsi dépasser l'idée restrictive d'un *nouveau spectateur* ? L'expertise spectatorielle en régime numérique évoquée par Emmanuel Ethis, expertise à la fois informationnelle et esthétique, semble donc avoir un effet double. Elle constitue une manière à la fois de contextualiser les contenus culturels avec une pertinence inédite, mais également pour l'individu de se contextualiser lui-même en tant que spectateur. Le regard spectatorial, s'il *porte plus loin*, se trouve également frappé de *potentialités réflexives* inédites. Il va s'agir, plus qu'un spectateur abstrait et hypothétique ou même un archi-spectateur, de mettre le doigt sur un certain *régime spectatorial* : un ensemble de pratiques, représentations et comportements caractéristiques des évolutions spécifiques au régime numérique, partagés à divers

degrés selon les individus. Ce qui nous interpelle ici relève de dynamiques socialement dominantes, un chaudron de représentations sociales et culturelles par rapport auxquelles chaque individu va se positionner pour définir ses pratiques et représentations. Nous pouvons rapprocher cette idée de celle de l'*épistémè* selon Michel Foucault, concept désignant les conditions dans lesquelles les discours sont élaborés par les individus à un moment historique spécifique. Nous interrogerons cette idée d'un *paradigme comportemental* plus tard dans cette recherche, dans le volet consacré à ce que nous nommerons le régime spectatorielle du *méta-spectateur*. Cette dernière notion est plus à même, selon nous, d'appréhender la double dynamique d'importance traversant les pratiques spectatorielles en régime numérique : un regard plus aiguisé sur les œuvres permettant une mise en contexte plus pertinente de ces dernières, mais également une réflexivité accrue dans le rapport que les individus entretiennent avec.

Nous avons vu, dans cette partie, comment l'imaginaire positiviste et les rhétoriques stipulant l'idée d'une rupture technologique, sociale et culturelle se déploient dans un contexte de régime numérique, et comment ces dimensions influencent aujourd'hui les manières d'approcher les thématiques liées aux spectateurs de cinéma. Il va maintenant s'agir, après s'être interrogé sur les manières d'appréhender théoriquement les évolutions de l'expérience spectatorielle, d'étudier les modalités à travers lesquelles cette dernière se déploie de manière effective dans le contexte des dispositifs numériques de diffusion, dispositifs conditionnant l'expérience de l'œuvre elle-même.

5. Une expérience spectatorielle « numérisée » ?

Les technologies numériques de diffusion : une forme d'écriture aux caractéristiques spécifiques

Dans la lignée de la remise en cause des rhétoriques positivistes de la rupture que nous venons de voir, il nous apparaît nécessaire de réfuter ici la dimension exclusiviste de la terminologie « ère numérique ». Nous lui préférerons celle de *régime numérique* – que nous employons depuis le début de cette étude – moins connotée dans l'idée d'une rupture temporelle. La notion d'*ère* suppose un caractère englobant, une véritable cassure avec un hypothétique *temps antérieur*, ne reflétant pas l'hétérogénéité caractérisant la diffusion et les usages des outils numériques. Il s'agit donc, avant d'aller plus loin dans l'analyse, de s'interroger sur ce que nous appelons ici le *régime numérique*. L'encyclopédie en ligne *L'Internaute* définit la notion de régime comme « mode d'organisation d'un Etat » ou comme « réglementations ou lois régissant certaines institutions »¹⁴. Comment développer cette notion au regard des évolutions numériques ayant marqué les années 2000 ? Le concept de *régime numérique* désignerait alors deux choses : d'une part, les modèles économiques et organisationnels s'étant cristallisés autour des évolutions des outils numériques dans les industries culturelles et les différentes sphères sociales au sens large, et d'autre part les pratiques et représentations individuelles s'étant structurées autour de ces modèles évolutifs.

Comment peut-on caractériser les spécificités des dispositifs numériques et ainsi saisir leur impact sur les représentations des spectateurs de cinéma, représentations qui conditionneront le développement de leurs pratiques ? Une possibilité revient à les définir par comparaison avec les dispositifs analogiques. Si nous avons vu que les deux types de dispositifs continuent de se côtoyer de manière complémentaire dans les pratiques et les imaginaires spectatoriels, rendant abstraite l'idée d'une rupture entre une supposée *ère analogique* et une *ère numérique*, leurs natures sont en revanche

¹⁴ Définitions relevées le 24 Janvier 2011 sur <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/regime/>

résolument différentes en ce qui concerne leur rapport à la représentation de la réalité. Les outils analogiques permettent d'établir sur support une *empreinte* effective de la réalité, tandis que les outils numériques relèvent plutôt d'une *représentation/retranscription* de cette réalité par l'intermédiaire d'un langage informatique dit *binaire*. Cette caractéristique a permis un développement inédit de ce que certains analystes nomment « l'hyper-spectateur », figure d'un individu lié à l'expérience des *hypermédias* dont nous avons vu les caractéristiques en introduction de cette recherche. Le langage binaire permet une expérience *délinéarisée* de l'information et des contenus. En cela, les outils numériques constituent une *forme d'écriture* du monde obéissant à une logique résolument différente des dispositifs analogiques, tant dans leurs modes de représentation que dans les pratiques qu'ils induisent.

Cette question du rapport à la réalité et à sa représentation nous place face à une contradiction inhérente aux dispositifs numériques. Ces derniers sont souvent décrits comme moyens d'une représentation plus fidèle et précise de la réalité, tant dans leurs caractéristiques techniques – qualité supérieure de l'image et du son, précision du rendu, possibilité accrue de « décortiquer » les contenus, etc. – que dans le rapport aux contenus culturels et informationnels qu'il induisent – démocratisation des outils, accès à une masse d'information toujours plus importante et dérégulée, etc. Toutefois, ces dispositifs numériques, par leur nature même, constituent des représentations moins *directes* de cette réalité car, comme nous l'avons vu, ils nécessitent à la différence des outils analogiques la médiation d'un code informatique manipulable, rendant la falsification de la représentation plus facile. Ce double aspect engendre un rapport plus complexe et flou à la dimension de croyance chez les individus. Nous avons donc affaire à un espace de déploiement plus large, flexible et parfois contradictoire des imaginaires spectatoriels. Nous interrogerons ces différentes dimensions des imaginaires afin de contextualiser de manière plus pertinente les pratiques festivières que nous étudierons dans la deuxième partie de cette recherche. Nous nous interrogerons toutefois tout d'abord, avant de nous pencher sur les rapports entre expérience spectatorielle et dispositifs numériques de diffusion, sur quelques questions esthétiques entourant ces derniers.

Une esthétique numérique de diffusion ?

Une question qui ne se trouvera pas au centre de cette recherche se doit néanmoins d'être évoquée. Il s'agit du rapport entretenu par les individus avec l'esthétique de diffusion cinématographique. L'étude ici menée n'adopte pas l'angle d'une analyse esthétique, mais cette dernière joue un rôle non négligeable dans l'imaginaire commun cinématographique qu'il est nécessaire de reconnaître et d'interroger.

La diffusion analogique, reposant sur un fonctionnement par impression des images sur pellicule, est sujette à l'usure. L'accumulation de la poussière sur les supports crée des rayures et un aspect « granuleux » de l'image. Si la pellicule est conditionnée généralement en bobines argentiques de vingt minutes afin de faciliter le transport des films entre exploitants et distributeurs, les utilisations répétées et déplacements endommagent toutefois également le support physique. Le support analogique ayant marqué l'essentiel de l'histoire de la diffusion cinématographique, ses imperfections et caractéristiques ont donc logiquement imprimé l'imaginaire commun de manière profonde. C'est ce que nous nommerons ici « l'effet brûlure de cigarette ». La *brûlure de cigarette* est une petite tâche apparaissant de manière quasi-subliminale et à de multiples reprises pendant un film, en haut à droite de l'écran de projection. Il s'agit d'une imperfection volontaire infligée à la pellicule, signifiant au projectionniste le moment précis où il doit changer de bobine. Cette *brûlure de cigarette* représente à notre sens le symbole le plus représentatif de l'esthétique de diffusion cinématographique analogique. Par-delà les dommages involontaires infligés au support, l'esthétique de cette usure a ainsi été purement et simplement intégrée au fonctionnement même du dispositif. L'importance de l'esthétique analogique d'usure dans l'imaginaire cinématographique revêt alors un impact encore plus fort, dans la mesure où elle se trouve intégrée même dans les pellicules de qualité optimale.

L'imaginaire de diffusion analogique, s'il a traversé toute l'histoire cinématographique, s'est toutefois trouvé particulièrement lié à certaines périodes spécifiques, notamment celle dite des *cinémas de quartier*. Salles de taille modeste étant dépourvues d'exclusivités à un moment où les sorties de films, avant d'être généralisées, passaient

préalablement par un circuit de salles prestigieuses, les salles de quartiers héritaient souvent, en bas de la hiérarchie de distribution, de copies usagées de piètre qualité. A ces lieux de diffusion est souvent associé le développement d'une passion cinéphilique liée aux films créés en marge du carcan du cinéma dit « populaire », et notamment aux films de genre.

« Rétrospectivement, on évoque avec nostalgie le charme un peu désuet de ces salles de quartier qui ont joué un rôle déterminant d'opérateurs culturels de proximité en donnant naissance à de véritables désirs de cinéma chez au moins deux générations de spectateurs. » (Ethis, 2009, p. 35)

C'est avec l'arrivée de la télévision dans les foyers au début des années 60 que les salles de quartier vont peu à peu disparaître :

« Car en s'installant peu à peu dans les foyers, la télévision, « fée du logis », va tout bonnement remplir les fonctions sociales de proximité de ces cinémas dont l'affiche dénuée de toute exclusivité semble soudain bien terne. » (Ethis, 2009, p. 36)

L'imaginaire lié à l'usure des pellicules, en ce temps où les sorties de films étaient temporellement fractionnées, s'est particulièrement développé aux Etats Unis, où les distances à couvrir d'une salle à une autre étaient beaucoup plus importantes qu'en France, rendant l'usure et la détérioration des supports plus importante encore.

La distribution et la diffusion numérique des films obéissent, quant à elle, à une logique différente. Elles peuvent ainsi prendre plusieurs formes : support physique – notamment par disque dur, satellite, ou encore réseaux de télécommunication. Dans le premier cas, le rapport au support physique est différent du cas de l'analogique dans la mesure où ce n'est pas le support filmique sous forme de fichier qui est sujet à l'usure, mais seulement son « contenant ». La diffusion numérique permet ainsi de supprimer tous les défauts liés à l'usure physique du support, en substituant à la pellicule un format informatique – la norme en 2011 étant dans l'industrie cinématographique le format

MJPEG2000. Au début de l'année 2011, près d'un tiers des salles françaises sont équipées pour la projection numérique de films.

Comment se déploie l'imaginaire de diffusion analogique dans un contexte où les dispositifs numériques se généralisent ? Peut-on noter chez les spectateurs les signes d'un attachement à « l'effet brûlure de cigarette » ? « Le plaisir de voir ensemble n'est pas nécessairement associé à la qualité technique d'une projection. On peut s'intéresser à des images et des sons de piètre qualité » (Thouard, 2006, p. 60). Nous trouvons un exemple du développement « schizophrénique » de cet imaginaire dans un contexte lui étant étranger dans le film *Planet Terror* (2007) de Robert Rodriguez. Rendant hommage aux *bandes d'exploitations* ayant fleuri dans les années 60 et 70 aux Etats Unis, le film, tourné en numérique et voulant donner à son image une *patine* spécifique, reproduit artificiellement l'esthétique d'usure de pellicules usagées. Ce film montre, rétrospectivement, comment ce qui était à l'origine une imperfection des dispositifs cinématographiques est devenu un code esthétique à part entière structurant l'imaginaire des spectateurs. Il illustre également un aspect de la complexe interaction entre dispositifs numériques et éléments relevant de supports dits « classiques », se déployant ici sur un plan à la fois esthétique et symbolique.

Comme nous l'avons vu en introduction, la problématique de cette recherche concerne, à travers l'exemple de la forme festivalière, l'influence des dispositifs numériques de diffusion sur l'expérience cinématographique des individus *entourant* l'expérience de l'œuvre elle-même. La thématique de l'esthétique de diffusion semble a priori extérieure à ce cadre d'analyse car elle concerne l'acte de visionnage proprement dit. Toutefois, cette question rejoint indirectement notre problématique dans la mesure où, si cette esthétique a structuré – et continue de structurer – l'imaginaire spectatorial de manière notable, elle a une influence certaine dans la manière dont les individus vont approcher les évolutions des dispositifs de diffusion. Avant de se cristalliser dans les pratiques d'un individu, un dispositif ou un outil marqueront tout d'abord une rencontre avec ses représentations. C'est cette médiation symbolique qui permettra à l'individu de développer une approche du dispositif lui étant spécifique. Afin d'interroger ces représentations qui conditionnent le rapport des spectateurs aux dispositifs numériques, nous intégrerons donc à notre protocole d'enquête un aspect lié à cette

question de l'imaginaire esthétique de diffusion. Il est à noter qu'il est difficile d'interroger cette notion auprès des spectateurs de cinéma. Comme nous le verrons, la majorité d'entre eux s'est avérée, la plupart du temps, n'avoir pas même conscience de cette esthétique de l'usure – et de sa disparition dans le cadre des modes de diffusion numérique – avant d'être confrontée au questionnement de l'enquêteur.

Peut-on considérer, au moment de cette recherche, nous trouver dans ce que nous pourrions nommer la « modernité du numérique » ? Le simple fait que la majorité des individus ne semble pas encore en mesure de développer une véritable démarche réflexive vis-à-vis des dimensions esthétiques de ce type de diffusion – à la fois dans ses propres caractéristiques esthétiques mais également dans le rapport qu'il implique aux esthétiques de diffusion dites « classiques » – indique que l'imaginaire y étant attaché n'est pas encore arrivé à *maturité*. Toutefois, dans les cas où cette conscience d'un imaginaire esthétique de diffusion était exprimée dans le cadre de notre enquête, il a été intéressant de noter qu'elle l'était chaque fois avec un fort aspect à la fois revendicatif et réflexif, mettant en évidence un attachement spectatoriel fort, comme nous le verrons plus tard. Nous avons ici affaire à une importante hétérogénéité dans les manières d'appréhender l'articulation entre les différentes esthétiques de diffusion. Nous allons maintenant voir, en dépassant ce seul cadre esthétique, de quelles manières se déploie cette hétérogénéité spectatorielle à travers les autres dimensions du rapport qu'entretiennent les individus avec les dispositifs numériques.

Hétérogénéité de l'expérience spectatorielle en contexte numérique

Il est nécessaire aujourd'hui plus que jamais, en reprenant l'idée d'Edgar Morin telle que développée dans son ouvrage *La complexité humaine*, d'apprendre à « penser la complexité ». Comme nous l'avons vu précédemment, l'idée de *complexité spectatorielle* s'oppose à celle de rupture. Il s'agit d'appréhender l'individu dans une optique non linéaire et multidimensionnelle afin de mettre en évidence les tensions qui existent entre ce qui relève de la permanence et ce qui relève de l'évolutif. L'idée d'un *nouveau spectateur* constitue une notion abstraite et restrictive puisqu'elle s'ancre dans une

rhétorique de la rupture en mettant en avant l'idée simpliste d'un hypothétique *spectateur du passé*. Elle fait ainsi abstraction d'éléments de continuité pourtant essentiels à l'analyse.

L'hétérogénéité de l'expérience spectatorielle est une réalité ancrée au plus profond de l'individu, quelle que soit la période historique analysée. Chaque individu construit et déconstruit son identité de manière spécifique en intégrant ou non à sa pratique les différentes évolutions sociales et culturelles qui l'entourent. Les évolutions médiatiques et technologiques ne touchent pas les spectateurs de manière uniforme, tout comme elles n'atteignent pas l'ensemble des aspects de leur identité à niveau égal. Toutefois, au-delà de ce constat de permanence, quelle est la part spécifique des dimensions que cette hétérogénéité a développées en contexte numérique ? Laurence Allard, à travers son analyse des « technologies agrégatives du soi » réalisée dans l'article « Termitières numériques : les blogs comme technologies agrégatives du soi » (2005), opère une approche de ce que nous appelons ici l'*hétérogénéité* de l'expérience spectatorielle en régime numérique. Selon l'auteur, l'accès à l'information et aux contenus via les supports numériques permet aux individus principalement deux choses : des potentialités discursives *online* inédites ainsi qu'une multiplicité croissante de modes de diffusion et de contextes de visionnage. C'est ici que réside la source principale de l'hétérogénéité spectatorielle ici interrogée.

« Les blogs comme technologies agrégatives du soi illustrent ainsi l'entrée vers l'ère post média décrite par Félix Guattari, consistant en une réappropriation individuelle collective et un usage interactif des machines d'information, de communication, d'intelligence, d'art et de culture. » (Allard, 2005, p. 22)

Ce qui a évolué en contexte numérique est ainsi moins la nature de l'imaginaire cinématographique que sa force d'élaboration. La *complexité spectatorielle* en régime numérique semble reposer sur un va-et-vient constant entre évolutions et continuités : ce qui « se crée » n'est pas tant du *nouveau* qu'une complexification inédite de l'existant. Si les évolutions médiatiques et technologiques ont un impact fort sur cet imaginaire et sa diffusion, l'imaginaire en question a lui aussi une forte influence sur les conditions de

l'appropriation des médias et outils par les individus – comme nous l'avons vu à travers le cas de l'esthétique de diffusion. Ainsi, le système de l'industrie cinématographique favorise sa propre évolution et son propre renouvellement dans ce mouvement de va-et-vient constant. Nous trouvons un exemple de cette double dynamique des modes d'expression créatifs dans la manière qu'ils ont de se déployer sur le site web de diffusion en streaming *Youtube*, en particulier à travers le phénomène des vidéos individuelles tournées hors du circuit économique de l'industrie cinématographique traditionnelle. Ces autoproductions, le plus souvent tournées en amateur, s'approprient esthétiquement et narrativement de nombreux codes cinématographiques, tout en leur donnant une *respiration* propre. En effet, elles établissent un rapport différent au temps et à l'espace (formats courts, nouvelles manières d'aborder le plan séquence, etc.), une esthétique à mi-chemin entre amateurisme et captation de qualité professionnelle, ainsi qu'un rapport à la *croissance* qui est plus flou dans la mesure où ces vidéos induisent une distanciation spectatorielle croissante face à une avalanche d'images dont l'authenticité n'est pas toujours avérée. Ces aspects sont notamment liés au format vidéo imposé par le site web : autour de contraintes formelles se structure ainsi un langage vidéo spécifique. Les années 2000 ont été marquées par une multitude de films de cinéma s'inspirant des pratiques spectatorielles développées sur des sites de streaming tels que *Youtube*. Un exemple de ce phénomène est le film *Paranormal Activity* (Oren Peli, 2009), reprenant et déployant les codes vidéo de *Youtube* aussi bien narrativement – un couple se filme à l'aide d'une caméra amateur en longs plans séquences dans son sommeil afin de décortiquer les images le lendemain matin – qu'esthétiquement – l'intégralité du film est composée de plans supposément tournés par les personnages principaux.

Cette force d'élaboration de l'imaginaire cinématographique nous montre un spectateur de cinéma de plus en plus impliqué dans une logique interactionnelle avec l'industrie du cinéma, influençant ainsi les modalités de son évolution et son renouvellement. Le développement d'une expertise croissante des spectateurs, à la fois informationnelle et esthétique comme nous l'avons vu à travers la figure du *spectateur expert* selon Emmanuel Ethis, est ici une fois de plus mise en valeur. Le renouvellement de l'industrie cinématographique est ici accentué par la force et la *diversité* d'appropriation des contenus culturels par les spectateurs. Au-delà d'une expérience filmique qu'il apparaît aujourd'hui possible de mettre en œuvre en toutes circonstances grâce à un haut niveau

de circulation de l'information et des contenus, l'incarnation du « voir ensemble » et les évolutions de l'industrie cinématographique semblent prendre forme dans un *regard* et une *parole* spécifiques portés sur les films et leurs espaces de diffusion.

Bien entendu, l'hétérogénéité liée à cette appropriation individuelle de plus en plus forte des contenus culturels et de leur expérience n'est pas totale et inconditionnelle, il convient de la nuancer. Elle se développe dans le cadre des limites fixées par la nature des outils et les normes d'expression imposées par les médias et industries culturelles – dans le cas de *Youtube*, il s'agira ainsi de la longueur des vidéos, de leur résolution graphique et de l'aspect tout public de leur contenu. Ces normes et limites fixent un cadre dans lequel les expressions spectatorielles vont se développer d'une certaine manière. Leur simple existence constitue une forme de conditionnement du discours, quelle que soit les représentations y étant placées. Une expression se posant en contradiction avec une norme verra son contenu dépendre de celui de la norme en question : toute forme de liberté se déploie par rapport à un cadre spécifique. Il serait donc erroné d'attribuer aux modes d'expression individuels en régime numérique une dimension de liberté dérégulée. Toutefois, l'évolution en contexte numérique de cette force d'appropriation individuelle et hétérogène des contenus et modes d'expression demeure bien réelle et se décline en deux volets : l'un médiatique, l'autre technologique.

Le volet médiatique de ces modalités d'appropriation en régime numérique, à la fois importantes et hétérogènes, nous montre un individu de plus en plus impliqué dans une nébuleuse communicationnelle qui redessine les frontières traditionnelles de sociabilité autour du cinéma. Le volet technologique de cette appropriation, quant à lui, implique une réinvention des espaces et des temporalités d'expérience à travers l'usage par les individus d'outils numériques évolutifs, comme nous avons pu le voir en introduction à travers la notion de *paradigme de mobilité*.

Ces deux volets rejoignent les deux aspects de l'expertise spectatorielle en régime numérique telle qu'évoquée par Emmanuel Ethis, à la fois informationnelle et esthétique. Toutefois, si les deux volets que nous avons évoqués incluent la dimension d'expertise spectatorielle, ils la dépassent également de manière notable. Si le volet médiatique implique un accès plus facilité à l'information, il implique également une

évolution des modes de communication inter-individuelle, ayant ainsi un impact sur les manières pour les individus d'appréhender leurs rapports aux autres spectateurs. Il en va de même pour le volet technologique : s'il permet un rapport aux images toujours plus pointu à travers l'usage d'outils performants de plus en plus facilement accessibles, il entraîne également une reconfiguration des espaces d'expérience et du rapport individuel au temps. Ce sont ces aspects, que nous interrogerons à travers deux cas festivaliers, qui nous intéresseront spécifiquement dans le cadre de cette recherche : l'impact des outils numériques de diffusion sur l'espace d'expérience collectif des individus, sur sa temporalité et sur le rapport aux autres spectateurs qu'il induit.

Nous avons vu dans quelle mesure l'hétérogénéité des expériences spectatorielles se déploie en régime numérique, insufflant à l'imaginaire cinématographique et aux contenus une dynamique de renouvellement accrue. Cette logique d'appropriation individuelle croissante, couplée comme nous l'avons vu au paradigme de mobilité tel qu'il s'est développé dans les années 2000, nous met face à un paradoxe apparent : comment un mode d'existence de plus en plus individualisé et mobile des spectateurs peut-il s'accorder avec une expérience comme celle de la salle de cinéma, traditionnellement conçue comme collective et sédentaire ? C'est ce que nous allons maintenant interroger.

Les technologies numériques mobiles : le sédentarisme spectral bouleversé

L'évolution des pratiques spectatorielles en régime numérique nous met face à une problématique a priori contradictoire. Si l'individualisation croissante des modes d'expérience et de mobilité s'affirme comme un trait comportemental spectral spécifique au régime numérique, comment les pratiques des individus se restructurent-elles autour de l'activité éminemment sédentaire qu'est l'expérience collective de la salle de cinéma ? Il va s'agir, une fois de plus, de déterminer à la fois les aspects évolutifs et les zones de continuité dans les manières qu'ont les individus d'aborder l'expérience cinématographique collective.

Dans la deuxième partie des années 2000 s'est développée, auprès du grand public, l'offre de technologies numériques *mobiles*. Les téléphones portables dits « intelligents », appelés *smartphones*, constituent la partie la plus connue et utilisée de ces relais numériques personnalisés fonctionnant sur une logique multimédia. Comme nous l'avons vu en introduction, les études menées sur les taux d'utilisation de ces portables dits « nouvelle génération » montrent que ces outils se sont démocratisés dans une logique exponentielle à la fin des années 2000. Ces études ne révèlent en revanche pas la composition sociale des utilisateurs de *smartphones* et relais numériques au sens large. Il reste ainsi à établir des indicateurs pertinents afin de déterminer comment l'utilisation croissante de ces outils touche la population festivalière cinématographique qui nous intéresse dans cette recherche. Sans aller jusqu'à établir une étude statistique de l'utilisation des relais numériques personnalisés en terrain festivalier – ce qui s'est vite avéré logistiquement impossible, nous nous sommes toutefois évertués à approcher cette question d'un point de vue d'observateur. Notre interrogation n'était pas tant de savoir si les populations festivalières utilisent statistiquement de plus en plus les relais numériques individuels que de déterminer, lorsque cet usage est constaté, l'effet produit sur les pratiques et représentations des individus étudiés.

Il est important d'établir ici que la notion d'expérience cinématographique collective que nous interrogeons ici dépasse le simple visionnage de l'œuvre. Elle désigne également toute l'activité spectatorielle se déployant autour de ce visionnage collectif, activité qui va conditionner les manières pour les individus d'aborder le visionnage lui-même. Bien entendu, la stricte expérience de la salle, même une fois placée dans le contexte du paradigme de la mobilité, reste éminemment sédentaire. La remise en question de ce sédentarisme en régime numérique se décline plutôt à travers une variété inédite de supports évolutifs découlant du dispositif de la salle, ainsi qu'à travers l'activité spectatorielle se développant en amont et en aval de l'expérience de ce dispositif. Les dynamiques d'individualisation et de mobilité ne semblent ainsi pas toucher directement le dispositif traditionnel de visionnage cinématographique collectif, mais plutôt opérer une complexification de la hiérarchie des dispositifs le complétant et questionner les limites de l'expérience de l'œuvre.

C'est pourquoi nous avons choisi la forme festival comme terrain d'étude privilégié. Il s'agit d'une forme possédant des spécificités différentes de l'expérience dite « classique » des salles de cinéma, mais également des points de convergence notables. Ce terrain nous a logistiquement permis de concentrer les échantillons interrogés dans un espace spécifique pour une durée suffisante au déploiement de l'enquête. L'avantage n'était toutefois pas uniquement logistique : être confronté à l'espace-temps spécifique de la forme festivalière, forme que nous interrogerons plus spécifiquement dans notre partie méthodologique, nous a permis d'analyser plus précisément l'évolution des rapports que les individus entretiennent avec les espaces et temporalités entourant l'acte de visionnage d'un film, mais également les limites que revêtent aussi bien cet acte de visionnage que l'expérience cinématographique du festival au sens large.

Une distinction importante à opérer est celle entre la notion d'*individualisation des modes d'expérience* et celle d'*individualisation* au sens strict, qui ne sont pas nécessairement synonymes. Comme nous l'avons vu en introduction, les pratiques cristallisées autour des outils et médias numériques ne sauraient être réduites à un phénomène de repli sur soi, quelle que soit la manière de les approcher, qu'il s'agisse de l'accès à des dimensions collectives renouvelées dans le cadre de la sphère privée ou de l'accès croissant à des dimensions privées dans des situations collectives. Dans le cadre de notre recherche, l'individualisation des modes d'expression rejoint l'idée d'une *appropriation croissante du collectif* par les individus. **L'individualisation n'est pas un isolement, mais plutôt une modalité de restructuration de l'expérience collective.**

Marie-Hélène Poggi, analysant les modes de territorialisation du Festival de Cannes, interroge les limites de l'expérience cinématographique et festivalière. Elle opère ainsi une distinction entre « aborder le lieu » et « intégrer le lieu » (2003, p. 14), distinction fondée sur la dimension ritualisée de l'événement ainsi que sur l'entrecroisement entre l'espace festivalier et l'espace urbain dans lequel il se déploie. Un individu pourra aborder physiquement l'espace festivalier sans en acquérir les codes comportementaux qui lui permettront d'en faire l'expérience : il n'aura alors pas *intégré* l'évènement. Peut-on à l'inverse supposer qu'il est possible pour un individu d'intégrer l'évènement festivalier sans l'avoir territorialement abordé ? Il s'agit là de l'interrogation posée par les modes de retransmission de plus en plus précis, directs et immersifs, ainsi que par

les potentialités discursives offertes par les médias numériques. Peut-on alors maintenir la distinction énoncée par Marie-Hélène Poggi de manière analogue, lorsque l'on considère l'effet que les relais numériques individualisés ont sur les comportements des spectateurs en situation collective ?

On peut ici émettre l'idée que toute une série de codes comportementaux ritualisés, propres à l'événement, sont plus que jamais facilement accessibles via l'accès numérique aux informations. Les dispositifs numériques questionnent fortement les *frontières* de l'expérience collective. A travers des flux d'information et de potentialités communicationnelles accrues, ces frontières semblent devenir plus poreuses en même temps qu'elles creusent la distinction entre les notions de *présence* et d'*expérience*. Un individu, ayant visionné la retransmission d'un événement en direct et ayant développé en temps réel une activité discursive avec des individus y étant présents physiquement – via par exemple un réseau social comme *Twitter*, pourra avoir la sensation d'avoir fait l'expérience de l'événement en question. Pour reprendre la terminologie de Marie-Hélène Poggi, il aura la sensation d'avoir intégré le lieu et son expérience sans même avoir eu à l'aborder matériellement.

C'est ainsi que le sédentarisme du spectateur et de son expérience cinématographique se trouve aujourd'hui questionné. Ce questionnement vise donc aussi bien l'évolution des limites attribuées à l'expérience, comme nous venons de le voir, que l'activité se déployant autour, comme nous le verrons plus tard dans le volet de l'enquête concernant l'influence des relais numériques mobiles sur l'expérience de l'espace-temps festivalier. Si le spectateur voit sa mobilité *optimisée*, c'est justement grâce à cette porosité croissante des frontières de l'expression et de la diffusion. La mobilité effective ne change pas : c'est la signification lui étant insufflée qui change, via des espaces dont l'expérience est rendue de plus en plus complexe. L'auteur Lev Manovich de l'Université de Californie, San Diego, propose dans son article *The Poetics of Augmented Space*¹⁵ (2002) une définition de deux types d'espace relatifs aux évolutions de l'accès individuel à l'information :

¹⁵ Voir http://www.manovich.net/DOCS/augmentez_space.doc

« *L'espace augmenté* est l'espace physique traversé d'informations dynamiques et évolutives. Ces informations adoptent la plupart du temps une forme multimédia et sont souvent localisées pour chaque utilisateur. Le *cell space* est l'espace physique rempli de données pouvant être récupérées par un utilisateur via un relai de communication personnel »¹⁶.

Nous retrouvons dans ces notions d'*espace augmenté* et de *cell space* la problématique d'un espace physique en restructuration permanente à travers des modalités renouvelées de gestion de l'information. Ces notions, dans le contexte d'écriture de l'article de Manovich, préexistent à la vague de diffusion des relais numériques mobiles individualisés, tout en les anticipant – le *cell space* pouvant dans sa terminologie notamment faire référence aux *cell phones*. Elles acquièrent dans ce nouveau contexte une dimension renouvelée. Le flou croissant entourant le fait d'*intégrer* et d'*aborder* un lieu ou un événement, établissant de plus en plus les notions de *présence* et d'*expérience* comme potentiellement distinctes, semble lié à une généralisation des *espaces augmentés* et *cell spaces* tels que décrits par Manovich, de plus en plus complexes et facilement appropriables par les individus à travers les développements continus des relais numériques mobiles.

Ce qui ressort de ces réflexions, concernant l'évolution des manières d'appréhender des espaces et temporalités éminemment ritualisées, est une dimension quasi anthropologique de l'approche de l'expérience cinématographique festivalière. Il va maintenant s'agir, afin de développer plus spécifiquement la dimension festivalière de notre recherche, de nous pencher sur cet aspect profondément interrogé par les dispositifs numériques de diffusion.

¹⁶ Traduit directement de l'anglais : *Augmented space is the physical space overlaid with dynamically changing information. This information is likely to be in a multimedia form and it is often localized for each user. Cell space is physical space that is filled with data, which can be retrieved by a user via a personal communication device.*

Une « anthropologie du spectateur » renouvelée ? Les reconfigurations de l'espace et de la temporalité des rituels sociaux en terrain festivalier

La plupart des recherches axées sur les pratiques des individus dans le contexte des évolutions numériques des outils médiatiques et technologiques, principalement symbolisées par les usages cristallisés autour d'Internet, semblent éluder la dimension de l'*incarnation* spectatorielle.

« Le spectateur (et sa corporéité) est d'ailleurs souvent évacué au profit de la catégorie plus abstraite de public dans sa double dimension sociale et politique, la représentation théâtrale étant présentée comme le moment de la constitution d'une communauté politique. » (Proust, 2005, p. 101)

L'exemple théâtral donné par Serge Proust pourrait être élargi au domaine cinématographique. En effet, peu d'analyses mettent l'accent sur l'impact directement corporel et incarné des évolutions des dispositifs, sur l'influence que ces dernières ont sur l'appréhension par les individus de la temporalité de l'expérience et de la place qu'occupent leurs corps dans l'espace. Cette évolution de l'incarnation de l'expérience a nécessairement un impact, conscient ou non, sur les représentations des individus. C'est cette dimension que nous nous proposons de prendre en compte. Une partie de notre démarche d'analyse des pratiques festivières liées aux évolutions des dispositifs numériques de diffusion se fera donc sous l'angle d'une anthropologie de la réception.

Comme nous l'avons vu en introduction, l'expérience cinématographique possède, à son fondement, une dimension anthropologique importante. L'expérience cinématographique, dans sa dimension de corporéité, implique un certain rapport aux autres corps en situation collective, un certain volume de public considéré comme approprié, ou encore une distance de confort à l'écran que chacun établit de manière spécifique. Il va s'agir pour l'individu, afin de vivre le rituel de la salle obscure tel qu'analysé notamment par Andréanne Pâquet, d'en assimiler les codes sociaux et comportementaux en *domestiquant* son corps. Emile Durkheim, dans *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, insiste sur cette capacité du rituel à « réaffirmer

périodiquement la solidarité du groupe social en lui faisant régulièrement éprouver la solidité de son sentiment d'appartenance » (Fleury, 2005, p. 120). Cette domestication du corps spectatorial, permettant au spectateur de s'inscrire dans un tout plus large et de devenir « public », est fondatrice dans l'expérience cinématographique, au même titre qu'elle est essentielle aux traditions artistiques ayant précédé le cinéma, comme le théâtre ou le spectacle forain. Les conditions et raisons de la domestication des corps au théâtre et au cinéma diffèrent tant historiquement qu'au niveau du rapport à l'œuvre, mais la domestication corporelle du spectateur reste une donnée de base commune. Cette domestication permet la constitution de frontières précises qui conditionnent les modalités d'expression de l'individualité au sein du collectif.

Nous nous sommes penchés jusqu'ici, sous divers angles, sur la question des évolutions spectatoriennes liées à celles de outils numériques de diffusion. Ces derniers constituent une interface, une médiation entre le spectateur et l'œuvre. Ils vont ainsi, par leurs caractéristiques, conditionner les modalités de réception de cette dernière. Deux traits spécifiques sont ressortis de la partie précédente : des modalités de mobilité et une appropriation du collectif par l'individu conduisant à une mise en question du sédentarisme « traditionnel » de l'expérience cinématographique. Cette question, sous un angle anthropologique, rejoint celle de la domestication des corps dans le cadre de la sphère collective. Notre problématique de recherche, sous l'angle ici adopté, se pose alors en ces termes : dans quelle mesure a-t-on aujourd'hui affaire à une *dé-domestication* des corps à travers les nouvelles modalités de mobilité développées chez les spectateurs par l'usage des dispositifs numériques de diffusion et de communication ? Le *rituel cinématographique* est-il sujet à une évolution structurelle ?

Marie-Hélène Poggi, à travers l'exemple cannois, parle de *l'actualisation* du statut du festivalier :

« Le processus d'appropriation et son socle territorial trouvent ici une forme exemplaire : c'est dans l'occupation de la salle que se construit le *corps* des spectateurs, et qu'advient pour chaque d'eux le sentiment d'*en être*. » (Poggi, 2003, p. 14)

Comme nous l'avons vu dans la partie précédente, les limites et modalités de ce sentiment d'appartenance se trouvent déplacées par les usages des relais numériques de diffusion. C'est ainsi le rapport à la corporéité de l'expérience qui se trouve modifié. Nous traiterons cette question de l'impact des modalités de mobilité sur cette corporéité dans la partie intitulée *Les corps sauvages*. Dans quelle mesure un « chaos » individualisé des corps peut-il s'inscrire dans une pratique avant tout fondée sur une démarche sédentaire ? Comme nous le verrons plus tard dans le volet réservé à l'enquête, le *Short Film Corner* du Marché du Film de Cannes nous donne un exemple heuristique de ces modalités de mobilité permises par les dispositifs numériques au sein de l'expérience collective, en mettant en œuvre une situation de « voir ensemble » individualisé.

Le rapport au déploiement de l'individu dans l'espace de diffusion cinématographique est donc l'une des deux principales interrogations liées à la mobilité spectatorielle croissante. La deuxième interrogation est celle du rapport à la temporalité de l'événement. Comme l'indique Laurent Fleury, les pratiques culturelles « introduisent des rythmes au sein de l'existence » (2005, p. 135). Les dispositifs numériques de diffusion modifient-ils l'appréhension du temps par les spectateurs, et notamment les spectateurs festivaliers ? Il s'agit de se demander en quoi se constitue une articulation renouvelée entre le temps social de l'événement et le temps de l'œuvre proprement dit.

« Attendre l'inattendu dans un cadre habituel, anticiper l'inanticipable, tel est le cadre dans lequel les rites et les rythmes se déploient, confrontant le temps de l'institution et le temps de l'œuvre, dans une tension qui menace toujours de s'exacerber » (Ethis, Fabiani & Malinas, 2005, p. 48)

Une partie essentielle de la construction de l'identité spectatorielle reste éminemment tributaire du dispositif cinématographique et de la temporalité dans laquelle il s'inscrit. « Derrière l'institution d'une temporalité se dessine donc l'instauration d'une identité » (Fleury, 2005, p. 120) : ces deux notions s'avèrent étroitement liées. Si, comme nous l'avons vu à travers les caractéristiques du *paradigme de la mobilité* selon Georges Amar, l'évolution des modalités individuelles de mobilité induisent une restructuration du rapport au temps, c'est le temps social de l'événement cinématographique et/ou festivalier qui se trouve, dans le cadre de notre sujet, lui aussi utilisé différemment.

Les deux dimensions du rituel cinématographique festivalier, spatiale et temporelle, se trouvent donc affectées par les évolutions en régime numérique. Il va s'agir d'interroger cette idée d'une libération, d'une dé-domestication des corps spectatoriels à travers la (re)découverte du « corps sauvage » correspondant à un désapprentissage partiel des règles fondatrices et historiques de l'expérience cinématographique. Autant Marcel Mauss qu'Arnold Van Gennep, à travers leurs analyses sociales du rituel, ont évoqué les phénomènes d'entrée et de sortie du rite par l'individu. Comment se structurent, à travers l'évolution des comportements en régime numérique, les zones de *sortie* du rituel cinématographique traditionnel ? Nous avons puisé dans le cadre de notre enquête, comme nous le verrons plus tard, dans la théorie goffmanienne des rituels d'interaction afin de saisir l'évolution de ces derniers en régime numérique.

Nous avons passé en revue, dans ce premier chapitre, les principaux enjeux des thématiques dans lesquelles baigne cette recherche. Il nous faut maintenant nous pencher plus précisément sur nos terrains d'étude et sur la méthodologie mise en place afin de traiter notre problématique et ses divers aspects. C'est ce que nous allons maintenant appréhender à travers notre deuxième chapitre.

CHAPITRE 2 : APPROCHER LE TERRAIN D'ENQUÊTE

1. De la construction des objets étudiés

Le choix des dispositifs analysés : Le Marché du Film de Cannes et le Festival de Kinotayo

Les discours médiatiques portant sur les grands développements technologiques et médiatiques des années 2000, basés sur l'idée d'une rupture, ont donc mis l'accent sur l'individualisation des pratiques, sur le repli du spectateur sur lui-même et sur sa manière de vivre le collectif par procuration à travers les médias dématérialisés et cercles de sociabilité virtuels. Ces discours sont pourtant éloignés de la réalité des pratiques. En effet, ils se sont souvent focalisés, à tort, sur des affirmations alarmistes stipulant que la fréquentation des salles se trouve mise en danger notamment à cause des possibilités accrues de téléchargement de contenus. Nous nous trouvons alors dans une catégorie rhétorique que nous qualifierons, dans la lignée de l'introduction de l'ouvrage *Cinéma et dernières technologies, d'apocalyptique*. Or, il s'avère que les sphères de l'individuel et du collectif, loin de s'éloigner l'une de l'autre, entretiennent au contraire des rapports de proximité intenses et complexes.

Comme nous l'avons vu précédemment dans cette étude, l'évolution des interactions entre les sphères du collectif et du privé se découpe essentiellement en deux volets principaux : l'un technologique, l'autre médiatique. Le volet technologique nous montre, à travers l'usage par les individus et institutions d'outils numériques de diffusion, un spectateur à la fois confronté à une reconfiguration des espaces et temporalités mais également bénéficiant d'un regard plus *expert* face aux images et informations

auxquelles il se trouve mis en présence. Ce volet des modalités d'individualisation au sein du collectif en régime numérique s'accompagne d'un volet médiatique. Par une activité spectatorielle médiatique renouvelée en amont de la production filmique, l'individu influence plus que jamais son propre horizon d'attente, mais également les conditions de création des films. Ceci est le résultat de sa confrontation aux médias, d'échanges interpersonnels plus intenses et largement diffusés grâce aux réseaux virtuels ainsi que d'un travail spectatorial de construction des représentations et du discours en conséquence plus important. Ainsi, l'industrie cinématographique, à travers cet accès à la parole spectatorielle, adapte toujours plus ses processus créatifs à ce qu'elle perçoit des attentes des publics.

Ces deux grands pôles, technologique et médiatique, redessinent en profondeur les contours du collectif, les manières d'être spectateur mais aussi les modalités du regard et les modes de sociabilité. Ils constituent les axes principaux que nos deux terrains nous ont permis, chacun dans une perspective spécifique, de traiter.

Pourquoi avoir choisi deux entités festivalières comme terrains d'analyse ? Comme nous l'avons vu précédemment, ce que nous recoupons sous l'appellation *expérience cinématographique* dépasse le simple cadre du visionnage de l'œuvre. Les festivals présentent des espaces-temps spécifiques permettant de mieux observer cette activité se déployant en amont et en aval de l'acte de visionnage. Bien entendu, la forme festivalière présente des spécificités qu'il nous faudra identifier afin de mieux contextualiser les résultats obtenus, dans la mesure où l'expérience festivalière diverge sur plusieurs plans de l'expérience dite « classique » des salles de cinéma. Nous analyserons cet aspect plus tard, dans une partie consacrée spécifiquement à la forme « festival » et à ses caractéristiques évolutives.

Les deux terrains de notre recherche – le Marché du Film de Cannes et le Festival de Kinotayo – nous offrent une complémentarité importante dans les approches analytiques qu'ils permettent. Ils constituent ainsi deux entrées spécifiques pour une même problématique. Ils illustrent chacun à leur manière les enjeux des volets technologique et médiatique mentionnés plus haut.

Le choix du Marché du Film comme premier et principal terrain d'analyse est intrinsèque à la mise en place technique de cette recherche, dont le Marché constitue le partenaire socioéconomique. Le Marché du Film intègre lors de chacune de ses éditions de nouvelles évolutions numériques de diffusion à son fonctionnement, avec notamment des accès Internet haut débit ou encore la mise à disposition d'écrans mobiles aux usagers. Ainsi, toute une partie de la pratique spectatorielle et professionnelle traditionnellement réalisée en situation collective, s'ancrant dans un « voir ensemble » tel que l'a théorisé Emmanuel Ethis notamment dans *Sociologie du cinéma et de ses publics*, se trouve alors restructurée autour de pratiques individualisées émergentes. Cette individualisation, loin de se constituer de façon autarcique, s'imbrique dans le contexte collectif en lui insufflant des dynamiques renouvelées. Le *Short Film Corner*, partie du Marché réservée aux courts métrages, en constitue un exemple frappant : un espace public, constellé d'espaces individuels de visionnage, s'articule à la fois autour d'échanges inter-spectatoriels et d'expériences filmiques solitaires. La signification classique du « voir ensemble » se trouve alors reconfigurée. Il s'agit d'*expérimenter* ensemble dans un lieu où les dispositifs isolent les individus en même temps qu'ils produisent des dynamiques collectives. C'est dans cette perspective que le Marché du Film s'avère particulièrement adapté pour approcher le volet technologique de notre problématique, tel que nous l'avons énoncé plus haut.

« L'expérience cinématographique peut être désignée comme un va-et-vient entre la consommation de pellicules et un espace hors film qui n'est pas seulement de l'ordre du commentaire, mais qui inclut la confirmation de *présences réelles* allant du corps des acteurs aux intentions des cinéastes en passant par l'existence de la critique et du marché. Cannes incarne au plus haut degré un tel dispositif de mise en présence. » (Ethis, Fabiani & Malinas, 2005, pp. 33-34)

Ce phénomène de *mise en présence*, qui n'est pas strictement physique mais témoigne également de multiples dynamiques accentuées par les dispositifs numériques – notamment concernant les potentialités discursives et les frontières mouvantes de l'expérience festivalière, constitue le deuxième intérêt analytique du terrain cannois, qui nous permet ainsi d'étudier le volet médiatique des enjeux des dispositifs de diffusion en

situation collective. L'entité du Festival de Cannes, contenant le Marché du Film, constitue l'un des événements les plus médiatisés sur la planète. L'aspect multidimensionnel des pratiques discursives y est une réalité omniprésente, qu'il s'agisse de discursivité médiatique, institutionnelle ou individuelle. Si cette discursivité s'y déploie dans des conditions exceptionnelles et ne peut ainsi être généralisée naïvement à la forme festivalière de manière générale, le terrain cannois nous offre néanmoins une situation idéale pour étudier les modalités d'évolution de cette discursivité. Ce n'est pas le volume de discursivité qui nous intéresse ici, mais plutôt la nature des dynamiques que peuvent lui insuffler les dispositifs numériques.

L'une des difficultés d'un terrain comme le Marché du Film et, plus largement, le Festival de Cannes est leur aspect temporellement très resserré qui empêche l'enquête, à certains endroits, de se déployer telle qu'elle le devrait. Un événement court et ne se déroulant qu'une seule fois par an ne laisse que peu de place à l'erreur et aux adaptations du protocole d'enquête à la réalité du terrain. C'est pourquoi il a été en premier lieu nécessaire de compléter le terrain cannois par un terrain secondaire : s'assurer une durée d'enquête plus longue et ainsi plus propice au bon déroulement de notre étude. L'aspect temporellement espacé du Marché du Film et du Festival de Kinotayo a ainsi permis une mise en place harmonieuse et non précipitée des protocoles d'enquête. Une autre raison au choix d'un deuxième terrain était liée à la spécificité du Marché du Film en tant qu'objet de recherche. Si le Marché s'inscrit à bien des égards dans la forme « festival », comme nous le verrons, il n'en demeure pas moins un marché cinématographique avec ses propres logiques institutionnelles et ses modes de fonctionnement. Choisir un deuxième terrain d'enquête nous a permis de nous pencher sur un type de situation festivalière plus « classique », dans la mesure où il a permis de se trouver en présence non plus d'usagers professionnels, mais bien de festivaliers. Toutefois, cet aspect classique se limitait au statut spectatorial de l'échantillon d'individus interrogé : il était nécessaire pour notre recherche que le terrain, par ses caractéristiques, interroge la forme festivalière traditionnelle à travers son rapport aux dispositifs numériques de diffusion.

C'est pourquoi notre choix s'est porté sur le Festival de Kinotayo. Ce dernier a entrepris, en France, l'une des premières tentatives à échelle nationale de déterritorialisation de

l'entité festivalière en régime numérique. Nous avons évoqué, à de multiples reprises, la problématique de la synchronisation et des limites de l'expérience : le Festival de Kinotayo, se déroulant simultanément dans de multiples lieux en France grâce à un dispositif pointu de diffusion numérique, nous en fournit un cas pertinent d'analyse. Qu'est-ce qui, par-delà l'éloignement géographique, va permettre le développement d'un sentiment d'appartenance à une expérience festivalière cinématographique collective, la différenciant ainsi d'une simple sortie en salle ? La question est ici celle de l'évolution des modalités de *l'être ensemble* à travers celle des dispositifs de diffusion. Kinotayo nous a permis, dans une manière différente du terrain cannois, de nous pencher à la fois sur le volet technologique et sur le volet médiatique des évolutions spectatorielles au sein de la sphère collective en régime numérique. Nous avons pu analyser les reconfigurations des modalités individuelles d'appréhension d'un espace-temps festivalier *éparpillé*, mais aussi les ressources discursives et communicationnelles mises en œuvre – tant au niveau institutionnel qu'au niveau individuel – pour forger la représentation d'un *tout*.

Il y a eu une certaine complémentarité symétrique dans la mise en place de ces deux terrains d'enquête. Si le Marché du Film nous a permis d'analyser l'évolution des pratiques individuelles en régime numérique au sein d'un espace-temps festivalier homogène, le Festival de Kinotayo nous a permis d'étudier l'évolution de ces pratiques dans un cadre où cet espace-temps festivalier est lui-même remis en question par l'usage des dispositifs numériques de diffusion.

Nos deux terrains d'étude nous ont donc permis, par leurs caractéristiques respectives, d'appréhender les multiples aspects de notre problématique de recherche. S'ils s'inscrivent chacun dans la forme « festival » qui nous intéresse ici, les évolutions qu'ils connaissent en régime numérique les voient interroger de manière spécifique les caractéristiques dites « classiques » de cette forme. Il est maintenant nécessaire de présenter la méthodologie nous ayant permis d'approcher ces aspects de la manière la plus pertinente et contextualisée possible.

Construction de la méthodologie de recherche

On ne peut comprendre un processus en l'interrompant. La compréhension doit rejoindre le cheminement du processus et cheminer avec lui.

Première loi du Mentat (Herbert, 2005, p. 54)

Dans un contexte d'évolution des outils numériques marqué par une transversalité culturelle croissante, ce qui est communément appelé la *convergence technologique* désigne la multiplicité croissante des fonctionnalités des supports, devenant relais plus qu'objets fixes. Les outils d'analyse doivent en conséquence s'adapter à ces évolutions.

Le cas des évolutions numériques ayant marqué les années 2000 est un terrain très récent et le recul analytique nécessaire s'avère délicat à adopter. C'est pourquoi nous avons rendu notre approche théorique – à l'image de l'aspect hybride de notre sujet – transdisciplinaire. Notre approche a été principalement communicationnelle, s'appuyant sur les discours spectatoriels et institutionnels relayés au sein de nos terrains de recherche, mais également sur l'influence que les modalités de l'expressivité individuelle et de l'accès à l'information permises par les médias numériques exercent sur l'activité spectatorielle observée.

Si notre approche est avant tout communicationnelle, elle emprunte également aussi bien à la sociologie qu'à la démarche systémique. Nous avons tenu, dans les protocoles d'enquêtes, à garder à l'esprit l'analyse dynamique des interactions au sein des deux entités étudiées.

« La grande leçon de l'écologie, c'est que les êtres ne sont rien sans les relations qu'ils entretiennent avec les autres, avec les milieux dans lesquels ils vivent, avec leur environnement. La vertu du nouveau paradigme de la mobilité est de redécouvrir la valeur de la relation, de la *reliance* (acte de relier aussi bien que son résultat) dans le cadre d'une évolution générale des

comportements et des valeurs, à laquelle les TIC ont donné des ailes. » (Amar, 2010, pp. 20-21)

Nous retrouvons dans cette citation la notion d'interaction chère à l'approche sociale systémique, notamment telle que définie par Edgar Morin. La thématique de l'hybridation s'est ainsi avérée, par sa nature même, très appropriée pour adopter une démarche systémique, fondée sur l'analyse dynamique des multiples interactions à travers lesquelles se déploie notre objet. Nous avons donc été particulièrement vigilant concernant la diversité évolutive de ce dernier. Il est à noter que nous empruntons également à d'autres domaines de recherche, tels l'anthropologie des pratiques culturelles appréhendant la dimension *rituelle* d'appartenance collective de l'expérience cinématographique, que nous avons entrepris, à notre échelle, de réinterpréter à l'aune de ses évolutions en régime numérique.

Cette transdisciplinarité s'est avérée nécessaire afin de traiter les types d'interactions pouvant marquer les différents aspects de notre sujet : socioculturel, technologique ou encore médiatique. Nous avons entrepris, de cette manière, d'approcher l'évolution des représentations sans négliger celle des pratiques effectives. Notre méthodologie s'est ainsi avant tout adaptée aux spécificités de nos terrains de recherche.

Une large partie de nos protocoles d'enquête, d'une année sur l'autre, a été dédiée à une activité d'observation des dispositifs et comportements. Ceci a particulièrement été le cas lors de nos premières présences en 2009, tant au Marché du Film qu'au Festival de Kinotayo. Il s'agit en effet de deux contextes festivaliers complexes n'ayant pas été abordés par l'analyste préalablement à cette recherche, même en tant que simple spectateur. Les premières présences ont donc essentiellement eu une valeur exploratoire, permettant une compréhension des codes comportementaux, sociaux, culturels et politiques des manifestations. Tous ces aspects n'ont bien entendu pas été traités dans le cadre de cette étude, mais leur compréhension a permis un déploiement harmonieux des modalités de l'enquête, principalement concernant la mise en place des protocoles des éditions suivantes. Lors de ces dernières, le travail d'observation a été poursuivi, cette fois-ci principalement consacré à une analyse de dispositifs à la fois institutionnelle et technologique, mais également à une analyse comportementale des

spectateurs, notamment concernant les usages de leurs outils numériques personnels mais aussi de ceux mis à leur disposition par les événements. Tous ces éléments nous ont permis d'appréhender avec une justesse accrue les interactions dynamiques au sein de nos deux terrains. L'essentiel de l'aspect systémique de notre démarche s'est ainsi déployé dans ce travail d'observation.

Le talon sociologique de l'enquête n'a pas été négligé. Toutefois, comme nous l'avons vu en introduction, les contraintes logistiques et temporelles inhérentes à la nature de nos terrains n'ont pas permis à notre recherche de développer une représentativité statistique dite « classique ». Nous avons préféré nous concentrer à la fois sur une démarche hybride, qualifiée de « semi-quantitative », dans le cadre du Marché du Film ainsi que sur une démarche qualitative « traditionnelle », basée exclusivement sur des entretiens et l'observation, dans le reste de notre étude.

« Ce qui, aux yeux de certains observateurs, apparaît décisif au plan artistique ou culturel peut être quantitativement négligeable. » (Donnat, 2009, p. 19)

Nous avons donc, dans le volet exclusivement qualitatif de l'enquête – dont les retranscriptions d'entretiens figurent en ANNEXE 2 – privilégié l'étude plus profonde des significations que les individus accordent à l'évolution de leurs pratiques en menant des entretiens semi-longus focalisés sur l'activité spectatorielle en amont et en aval de l'expérience du film. Nous avons alors entrepris de saisir les types d'interactions pouvant exister entre l'activité se déployant dans le cadre du festival et celle se déployant à l'extérieur, éminemment complémentaires mais relevant de logiques et temporalités très différentes. Il était ainsi postulé, dès le départ, que l'évolution de cette activité extra-filmique, sur laquelle les outils numériques de diffusion exercent leur impact principal, constituait un facteur notable menant à une évolution du rapport direct aux œuvres. Les multiples entretiens ayant été recueillis lors de chacune de nos présences sur nos deux terrains d'étude, après qu'une redondance ait été observée dans les réponses des individus interrogés et ait été jugée transversalement représentative, ont ensuite été croisés et essentiellement traités de manière thématique. Nous avons ainsi pu, tout au long des trois ans consacrés à cette recherche, reproduire cette

démarche lors de chacune de nos présences au Festival de Cannes et au Festival de Kinotayo. Nous avons ainsi obtenu diverses *sessions d'enquête* espacées dans le temps, ce qui nous a ensuite permis d'effectuer un travail temporellement comparatif afin de déterminer si l'ensemble de ce matériau d'analyse permettait de constater une évolution dans les pratiques et représentations déclarées des individus. Cette démarche a été systématiquement appliquée à nos résultats, en nous efforçant de croiser les profils socioculturels considérés comme similaires – même si, nous le verrons, cette variable a été rapidement évacuée dans la mesure où elle ne semblait mener à aucune constante notable. Il convient d'indiquer que cette démarche s'est révélée particulièrement heuristique dans le cas de trois individus ayant été rencontrés à chaque édition étudiée du Festival de Cannes, nous permettant une analyse spécifique de l'évolution des pratiques et représentations de chaque individu. Un idéal méthodologique aurait été la possibilité de généraliser cette démarche à tous nos interrogés. Toutefois, un obstacle logistique de taille s'est dressé : dans la majorité des cas, les individus interrogés étaient soit des festivaliers ponctuels ne revenant pas l'année suivante, soit peu désireux de s'engager à réitérer l'expérience de l'entretien lors d'une édition ultérieure, cet engagement étant considéré comme contraignant. Nous avons donc focalisé notre démarche de comparaison évolutive « optimale » aux trois individus mentionnés plus haut, le reste de notre matériau d'analyse étant exploité dans le contexte d'échantillons d'interrogés évoluant d'une année à l'autre.

Comme Emmanuel Ethis l'indique en 2004 dans son ouvrage *Pour une po(i)étique du questionnaire en sociologie de la culture. Le spectateur imaginé*, il demeure essentiel de garder à l'esprit que les résultats obtenus dans le cadre d'une enquête telle que celle que nous avons ici entreprise concernent au premier plan les pratiques déclarées et non nécessairement les pratiques effectives des individus. Comment, méthodologiquement, contourner cet écueil ? Les individus peuvent déclarer certaines pratiques et réflexions non pas pour être au plus proche de ce qu'ils considèrent comme étant leur *régime de vérité* – pour reprendre une terminologie de Paul Veyne, mais plutôt pour se placer dans ce qu'il considèrent, face à l'analyste, comme une lumière flatteuse. A la lecture des résultats, une question demeure pour l'analyse : si une évolution liée aux usages des dispositifs numériques est constatée – que ce soit au niveau des pratiques ou des

représentations, a-t-on affaire à une réelle évolution des pratiques ou à une évolution de la symbolique légitimiste y étant liée ?

Afin de ne pas tomber dans ce piège des représentations légitimistes ou de celui de la reproduction par les individus de discours médiatiques développés autour des évolutions numériques – fonctionnant comment nous l'avons vu souvent sur une rhétorique de *rupture*, nous avons privilégié au maximum une ouverture des catégories évoquées afin d'inciter les interrogés à choisir ou même à créer leurs propres terminologies, évacuant ainsi un vocabulaire technique pouvant être perçu comme trop intimidant. Les imaginaires culturels liés aux pratiques en régime numérique étant des imaginaires « jeunes », nous avons au début de cette recherche émis l'hypothèse que les problématiques de légitimité y étant attachées sont encore floues et donc peu contraignantes concernant la capacité réflexive des individus. C'est de cette manière que nous avons entrepris de contourner cette problématique ainsi que celle de la possible influence des rhétoriques médiatiques numériques.

Des facteurs tels que l'origine socioculturelle et géographique, la catégorie socioprofessionnelle ou la position dans le cycle de vie n'occupent pas le cœur de l'analyse. L'enquête ne se situe ainsi pas dans une sociologie strictement critique ou une visée analytique bourdieusienne principalement ancrée dans les problématiques de légitimité culturelle, conduisant à terme à analyser les effets que les outils numériques de diffusion ont sur la composition sociale des formes festivières étudiées. Les rapports de force sociaux sont bien traités, mais pas dans un sens interindividuel impliquant le strict « profil sociologique » des interrogés : il s'agira plutôt de l'appréhension des rapports symboliques de force et d'influence pouvant exister entre les individus, les institutions festivières et les entités médiatiques. L'enquête se focalise ainsi sur les pratiques et représentations spectatorielles, sans prendre en compte comme référent principal de l'analyse l'offre culturelle au sens large ou les politiques en vigueur au moment de l'étude. Elle se situe dans une optique plus circonstanciée, « en acte », se focalisant sur l'individu en situation et les manières dont les outils numériques redéfinissent son rapport au monde, indépendamment des formes de stratification sociale tissant l'entité festivière. L'effet d'offre a été étudié

uniquement dans la perspective circonstancielle de l'offre technologique proposée par les manifestations festivières étudiées et leurs dispositifs.

Quels auraient été les apports d'un volet strictement quantitatif de l'enquête ? Il convient d'interroger cette idée dans l'hypothèse de potentiels développements analytiques ultérieurs à cette recherche. Comme nous l'avons vu, la spécificité de terrains tels que le Marché et le Festival de Cannes ou encore le Festival de Kinotayo aurait rendu difficile la généralisation des résultats obtenus au-delà de leurs entités. Comme Olivier Donnat le rappelle, « un phénomène doit concerner au moins 2 à 3% de la population enquêtée (...) pour accéder à la visibilité statistique » (2009, p. 19). Concernant le niveau national, cela nous mène à un échantillon minimum de deux millions d'individus. Demeure également une problématique inhérente à toute démarche quantitative, celle du taux de pénétration, pourcentage de l'échantillon étudié par rapport à la population de référence. Aussi théoriquement représentatif l'échantillon soit-il pensé dans le cadre de la méthodologie de l'enquêteur, il reste un échantillon et n'est donc pas précisément identique à la population étudiée. Les résultats ne sont donc jamais, dans cette optique, représentatifs à 100%, d'où la nécessité d'une contextualisation analytique importante. L'intérêt d'un volet strictement statistique, même dans l'hypothèse de moyens logistiques suffisants, semblait donc délicat à appréhender dans cette enquête, quelles que soient les configurations envisagées. En effet, la problématique ici traitée, très ancrée dans les enjeux symboliques gravitant autour des outils numériques, implique principalement l'analyse des représentations avant celle des pratiques. Nous avons donc, au contraire, visé une démarche plus transversale et qualitative dans l'obtention de résultats. Si notre démarche n'est pas principalement statistique, l'effort de contextualisation mentionné précédemment n'en est pas moins demeuré essentiel.

Ces questionnements méthodologiques concernant l'hypothétique pertinence d'un volet quantitatif nous ont poussé à entreprendre de mettre en place, dans le cadre du Marché du Film de Cannes – tant en raison de ses spécificités que de ses contraintes – une démarche *hybride* que nous avons qualifiée de « semi-quantitative ». La disponibilité des individus n'était pas suffisante à la fois pour entreprendre de manière « classique » un travail par entretiens longs ou semi-longs, mais également pour entreprendre une

logistique de distribution de questionnaires visant à une représentativité généralisable à l'ensemble de la manifestation. Il nous a fallu trouver, quelque part entre ces deux impossibilités, un mode d'approche et d'analyse adapté au *rythme* du Marché et de ses usagers. Nous avons donc établi, en accord avec la direction de la manifestation, le ciblage d'un type spécifique de profils d'usagers afin de constituer notre échantillon. Nous avons ensuite entrepris de mener une multitude d'entretiens courts, interrogeant à la fois les discours individuels mais également les discours institutionnels auxquels les individus se trouvaient professionnellement rattachés, la population du Marché présentant cette spécificité d'une difficulté supplémentaire d'identification du discours. A travers le prisme d'une grille d'entretien fondée sur une thématique spécifique, celle de la plateforme numérique *Cinando* constituant en 2010 une nouveauté mise à disposition des usagers de la manifestation, nous avons donc entrepris d'interroger les usages et représentations des individus de notre échantillon, particulièrement concernant les outils numériques de diffusion et leurs perspectives vis-à-vis de l'expérience faite de la forme festivalière. Nous avons qualifié ce protocole d'enquête de « semi-quantitatif » dans la mesure où il nous a permis, en raison des nombreux profils professionnels similaires constituant notre échantillon, d'effectuer un travail statistique, même si ce dernier était fondé non sur l'étude des pratiques – contrairement à une enquête sociologique quantitative plus « classique » – mais bien sur celle des représentations. La terminologie « semi-quantitatif » avait donc pour but d'illustrer cet aspect éminemment hybride de notre démarche.

Nous ne nous étendrons pas en détail sur la méthodologie employée dans le cadre du Marché du Film de Cannes, celle-ci étant précisément développée à la fois dans la partie introductive du volet cannois de l'enquête mais également dans les comptes-rendus d'enquêtes disponibles en ANNEXE 3, auxquels nous renvoyons le lecteur.

Notre approche est donc, comme nous l'avons vu plus haut, largement transdisciplinaire et expérimentale. Afin de contourner les raccourcis de pensée ayant trait aux outils numériques, il a fallu non seulement examiner les facteurs et caractéristiques d'évolution, mais également et surtout examiner les phénomènes de constance dans les pratiques, les manières dont ces dernières transcendent les facteurs d'évolution et opèrent un lien fort sur lequel les éléments comportementaux *en mouvement* peuvent se

construire. C'est pourquoi, afin de traiter des évolutions numériques dans le cadre de notre sujet, nous nous sommes également attachés à analyser les manières dont les individus construisent et dressent des *limites* face aux outils et pratiques numériques. A titre d'exemple, appréhender les rapports individuels au concept de dématérialisation des outils et pratiques impliquera ainsi d'appréhender avant tout ce que nous nommerons la *part irréductible d'incarnation* de l'expérience des spectateurs. Comme nous l'avons déjà vu, la dématérialisation des outils et contenus n'est pas nécessairement synonyme de délitement de la sphère sociale collective. Toutefois, il est intéressant d'étudier de quelles manières, face à cet imaginaire de dématérialisation, les individus énoncent des limites fortes face à la perspective du délitement de leurs pratiques collectives.

Plutôt que de s'ancrer dans une visée analytique linéaire, nous avons ainsi pris soin de mettre en lumière et d'interroger ce qui pourrait communément être conçu comme des « dissonances », les manières dont les évolutions numériques pouvant être médiatiquement qualifiées de révolutionnaires sont « parasitées ».

« Loin d'être fondée sur une logique de rupture, (l'innovation) est une série de liens, de filiations, de transpositions et de combinaisons d'éléments préexistants ou améliorés, qui lui permet de se constituer. L'innovation relève d'un processus multidimensionnel complexe, fruit des contributions de multiples acteurs (...). » (Creton, 1998, p. 126)

Afin de pouvoir appréhender cet aspect non-linéaire de l'activité spectatorielle en régime numérique, il a été nécessaire de mettre en place, dans notre protocole d'enquête, une méthode spécifique afin d'appréhender très précisément les référents par rapport auxquels les individus construisent la nuance de leurs pratiques et représentations. Une partie de l'analyse, consacrée à l'étude du réservoir de représentations dans lequel les individus inscrivent leurs pratiques, a ainsi été fondée sur ce que nous appelons la *symbolique numérique*. Cet aspect de l'étude, à visée de contextualisation, a été nécessaire afin de placer les résultats obtenus dans un espace de signification précis et de mieux saisir les nuances des pratiques et représentations individuelles.

A ainsi été entrepris de prendre en compte les manières dont les manifestations festivières étudiées mettent en scène leurs dispositifs afin de conditionner leurs usages par les individus. Cette problématique a été importante au niveau de nos deux terrains d'étude, mais il convient d'indiquer qu'elle l'a été particulièrement dans le cas du Festival de Kinotayo pour qui l'enjeu de créer une symbolique forte, transcendant l'éloignement géographique de ses différents espaces, est fort. Une approche des différents discours institutionnels et imaginaires ainsi relayés a donc été réalisée afin de contextualiser de la manière la plus pertinente possible les résultats recueillis au niveau des individus évoluant au sein desdites institutions.

Il est à noter qu'un autre volet de cette analyse de la symbolique numérique, non pas institutionnel mais bien médiatique, était prévu au commencement de cette recherche. Comme nous l'avons vu, les individus évoluent dans un univers symbolique conditionné pour une bonne part par différents types de médias, par rapport auxquels ils vont forger leurs propres représentations. Nous comptons prendre comme base d'étude, dans une visée analytique proche de ce que les *Cultural Studies* ont nommé une approche *cross-media*, la vague médiatique qui a accompagné la technologie 3D durant les mois précédant la sortie du film *Avatar* (James Cameron, 2009), à travers un corpus d'analyse se composant d'articles français et anglo-saxons généralistes ou spécialisés parus en 2009 sur divers formats. L'approche analytique était pensée comme thématique afin de mettre en évidence les schémas rhétoriques transversaux liés à des représentations positivistes. Faute de pouvoir réunir un corpus suffisamment dense et représentatif, il a toutefois été malheureusement nécessaire de renoncer à ce volet de l'analyse de discours.

Cette démarche d'analyse concernant ce que nous avons appelé la « symbolique numérique » nous a ainsi permis de nous pencher sur la nature des représentations positivistes du spectateur de cinéma constituant ce que nous avons appelé les *discours de la rupture*.

« La présentation du caractère *révolutionnaire* de la technologie tend à être utilisée comme élément central de la promotion des produits « nouveaux »

destinée à créer l'événement, l'exception, la *toute première fois*. Le renouveau technique exalté a pour fonction d'être le contrepoint virtuel d'une stabilité dans les autres domaines. » (Creton, 1998, p. 123)

Un des buts de cette recherche a donc été, à travers l'approche de quelques éléments d'importance permettant d'appréhender la *complexité spectatorielle*, de montrer en quoi l'étude des pratiques cinématographiques festivalières – et plus largement culturelles – en régime numérique requiert un mode de pensée transversal renouvelé.

Plusieurs interrogations, dans le cadre de cette recherche, ont demandé une attention particulière. Une première consistait à se demander comment, dans le contexte d'une recherche interrogeant l'évolution des frontières traditionnelles entre différents types d'espaces, aborder cette dernière notion. Michel de Certeau opère une distinction nette entre un *lieu* et un *espace* :

« (L'espace) est en quelque sorte animé par l'ensemble des mouvements qui s'y déploient. Est espace l'effet produit par les opérations qui l'orientent, le circonscrit, le temporalisent et l'amènent à fonctionner en unité polyvalente de programmes conflictuels ou de proximités contractuelles. »
(De Certeau, 1975, p. 208)

C'est sur la base de cette définition que nous avons considéré, dans la lignée de Michel de Certeau mais également des travaux de Marie Hélène Poggi, un espace comme un *lieu pratiqué* (Poggi, 2003, p. 8). C'est ainsi que nous avons pu établir une base d'analyse solide afin d'approcher l'évolution et la complexification des rapports individuels aux différents types d'espaces en régime numérique, qu'ils soient directement incarnés, dématérialisés ou hybrides.

Une deuxième question s'est très vite imposée concernant les modalités de traitement de la problématique de la dématérialisation numérique, ainsi que de son effet sur les entités festivalières. Comment interroger l'idée d'un festival *online*, forme théoriquement la plus poussée de notre questionnement de départ concernant les évolutions de l'espace-temps festivalier en régime numérique ? Afin d'interroger cette

idée, une possibilité consisterait à interroger des individus ne pouvant pas avoir en l'état accès à une quelconque forme festivalière dite « traditionnelle », c'est à dire *incarnée*, nous permettant ainsi de déployer cette problématique en la désolidarisant de représentations festivalières classiques trop pesantes. Cela réduirait le champ de l'enquête à des lieux géographiquement et culturellement très isolés. L'inconvénient majeur de cette démarche – en plus d'être en décalage avec la réalité de nos terrains de recherche – est qu'elle poserait d'emblée la notion de festival *online* comme un *palliatif* et non comme le résultat d'un *choix* des acteurs au même titre que toute autre activité culturelle. Selon ce postulat de départ, la principale cible du festival *online* serait l'individu n'ayant pas accès à une forme festivalière dite « classique ». Il s'agit donc d'un postulat arbitraire, établissant le statut d'extension du festival *online* comme une donnée de base acquise au lieu de l'interroger. Ce postulat maintient ainsi implicitement une hiérarchie fixe entre les dispositifs festivaliers, la traditionnelle forme festivalière restant sa forme classique et homogène, tandis que ses extensions numériques restent des transitions vers l'accès à une forme intégralement incarnée. Nous avons au contraire entrepris, dans un souci d'objectivité et de recul analytique, d'expurger notre postulat de départ concernant l'idée de festival *online* de toute hiérarchie préconçue concernant le rapport entre festival et dispositifs numériques, qu'il s'agisse d'extension, de substitut ou d'une forme à part entière. Quelle démarche était-il alors pertinent d'adopter, dans les conditions de nos deux terrains de recherche, pour interroger cette idée ? Nous avons entrepris de nous appuyer sur une démarche réflexive de « projection » spectatorielle chez des individus participant à des formes incarnées de festivals, en l'occurrence chez des individus évoluant au sein de nos différents terrains d'analyse : le Marché du Film de Cannes, le Festival de Cannes et Festival de Kinotayo. Dans chaque cas, le rapport aux outils numériques et à l'incarnation de l'expérience festivalière cinématographique s'avère spécifique, les échanges commerciaux dans le cadre du Marché supposant par exemple un rapport précis à l'incarnation et à l'exclusivité des échanges. Comme mentionné plus haut concernant l'ouverture optimale des catégories et terminologies utilisées lors des entretiens, nous avons, afin d'interroger l'idée de festival *online* qui s'est révélée pour la plupart des gens non expérimentée – sinon abstraite, veillé à extraire de notre démarche d'analyse toute trace des hiérarchies préconçues mentionnées plus haut.

Un troisième élément, dans la mise en place de notre méthodologie de recherche, nous a enfin semblé problématique à construire. Il s'agit des modalités d'étude de la forme festivalière en régime numérique. Comme nous l'avons déjà évoqué, le rapport à l'évolution des dispositifs numériques de diffusion, qu'il soit individuel ou institutionnel, implique une évolution du rapport à l'espace et à la temporalité. Comment alors appréhender une entité festivalière sous cet angle, dans la mesure où elle est traditionnellement fondée sur un espace-temps homogène ? De la même manière que François Niney s'interroge, dans le contexte d'émergence des technologies numériques à la fin des années 1990, sur la possibilité d'un « cinéma sans cadre » (1998, p. 171), nous pouvons nous interroger sur la possibilité d'un *festival sans espace-temps festivalier homogène*. Nous pouvons aller jusqu'à nous demander, dans cette lignée, si la terminologie même de *festival* demeure pertinente en régime numérique de la même manière qu'elle l'était préalablement à ce contexte d'analyse. Ces questionnements sont d'autant plus importants qu'il convient également, dans le cadre de notre enquête, de saisir en quoi l'on peut considérer que nos deux principaux terrains d'étude s'inscrivent bel et bien chacun dans une forme festivalière.

2. La forme « festival » à l'épreuve du régime numérique

Une terminologie en mutation

Dans la mesure où, comme nous l'avons vu, les dispositifs numériques ont rendu plus floues les limites attribuées tant à l'expérience cinématographique qu'à l'expérience festivalière, on peut aujourd'hui se demander en quoi les caractéristiques attribuées à la terminologie « festival » ont évolué. Si l'objet change, l'univers rhétorique et symbolique qui l'entoure change nécessairement à son tour. Qu'est-ce qui peut aujourd'hui, en contexte numérique, être considéré comme relevant de la forme « festival » et quels rapports cela implique-t-il aux hybridations des diverses formes d'espaces dans

lesquelles l'entité festivalière est censée se déployer ? Reste ainsi à saisir quels sont les enjeux et perspectives de cette évolution.

Etudier les enjeux des dispositifs numériques aujourd'hui nous conduit à identifier quelques impasses théoriques importantes faisant « obstacle » à une vision traditionnelle de la catégorie festivalière. Comme nous l'avons vu, cette recherche interroge les évolutions en régime numérique de l'*être ensemble* cinématographique et festivalier : ses perspectives, restructurations, significations et limites. L'usage croissant des dispositifs numériques de diffusion et de communication conduit les individus à questionner et redéfinir leur rapport aux autres, aux différents types d'espace mais également aux différents types de temporalité qu'il peut expérimenter. Dans le cadre d'une activité cinématographique, nous pouvons notamment mentionner à titre d'exemple la distinction qu'opère Emmanuel Ethis, dans son ouvrage *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*, entre la temporalité sociale du spectateur et la *temporalité écranique* qu'il expérimente au contact de l'œuvre. Nous émettons ici l'hypothèse que les usages individuels instaurés par les dispositifs numériques opèrent un impact sur le ressenti de ces temporalités. Si une distinction notable demeure entre les deux – le rituel cinématographique opérant chez le spectateur une rupture multidimensionnelle avec le quotidien que Laurent Fleury nomme « effet de distanciation » (2005, p. 133), chacune se trouve complexifiée. En effet, comme nous l'avons vu à travers le concept du *paradigme de la mobilité*, les usages des outils numériques entraînent chez les individus une restructuration de leur gestion du temps social. Or, il semble pertinent d'imaginer qu'une restructuration des modes de gestion effectifs des temporalités modifie, tendanciellement, la *sensation* attachée à ces temporalités. Le *temps écranique*, tel que décrit par Emmanuel Ethis, est avant tout un temps *ressenti*. Il n'est donc pas irréaliste de postuler qu'une évolution des ressentis attachés aux temporalités sociales auront un impact indirect sur le *temps écranique* perçu dans le cadre de la projection.

Cette problématique de l'évolution des temporalités de l'expérience cinématographique en régime numérique, si elle ne constitue pas le cœur de notre recherche et devra faire l'objet d'enquêtes ultérieures, participe toutefois à nous mener à une interrogation plus large. Comment les évolutions effectives de nos rapports aux temporalités, espaces et

autres individus conduisent à remettre en question l'*être ensemble* festivalier ? Nous trouvons une illustration pertinente de ce questionnement à travers la notion de festival *online*, qui constitue la forme la plus poussée et « extrême » de notre problématique de départ. Un festival *online*, c'est à dire basé sur le principe de la dématérialisation des supports collectifs de diffusion, implique une dissolution de l'espace-temps festivalier traditionnel. L'*être ensemble* festivalier se trouve alors déplacé vers un espace qui n'est pas physiquement identifiable

Il convient de remarquer que les terminologies « festival *online* » et « festival dématérialisé » sont, au final, des abus de langage dans la mesure où ils nient la possibilité d'une quelconque incarnation des spectateurs. Or, la dimension d'incarnation ne saurait être exclue : même dans le cas d'un festival *online*, le spectateur évolue physiquement dans un espace de diffusion. La différence est que cet espace relève désormais de logiques privées ou semi-privées. Il serait heuristique de se pencher sur l'aménagement de ces lieux de diffusion, conditionnés par l'individu lui-même. Peut-on y déceler une reproduction de codes rituels festivaliers ou d'une temporalité spécifique dans le rythme de visionnage ? Nous avons dit plus haut que l'*être ensemble* festivalier est alors censé, dans le cas d'un festival *online*, se déployer dans un espace dématérialisé, mais cette affirmation n'est pas tout à fait exacte. L'espace de diffusion recréé par l'individu n'est pas nécessairement un espace marqué par une solitude spectatorielle. Nous nous trouvons ici dans une logique proche, au niveau du dispositif du moins, des espaces semi-privés tels que décrits par Sylvie Thouard. Les espaces en question ne se posent pas en alternative à un modèle dominant de l'industrie cinématographique, car ils s'inscrivent dans une extension de l'institution festivalière. En revanche, il est possible pour les individus de créer une extension du collectif festivalier dans le cadre de leur sphère privée. Si un festival exclusivement *online* suppose une absence d'espaces de diffusion publics *officiels* comme des salles de cinéma, on peut imaginer que certains espaces, partant d'une initiative privée, poussent cette logique semi-privée plus loin encore en établissant des dispositifs de visionnage dans des lieux a priori peu adaptés à la diffusion cinématographique, tels des bars ou des cafés. Nous nous trouvons, encore une fois, dans une zone floue à mi-chemin entre la sphère du privé et celle du public, zone comme nous l'avons vu caractéristique des évolutions en régime numérique. Toutefois, il convient de se demander ce qui distingue

ce type d'initiatives et dispositifs d'une simple expérience de visionnage collectif, de la même manière que l'on regarderait la retransmission d'un match de football ou celle d'un film sur une chaîne de télévision. Qu'est-ce qui va permettre à un individu de transcender cet aspect a priori prosaïque du visionnage et d'avoir la *sensation* de faire l'expérience d'un tout festivalier ? Plus que jamais, l'appartenance festivalière se déploie en régime numérique à travers un travail symbolique essentiel. Les types de symbolique traversant les formes festivalières dispersées ou dites « dématérialisées » relèvent-ils de dynamiques similaires aux types de symboliques marquant les espaces-temps festivaliers plus classiques, ou sont-ils d'une nature résolument différente ? C'est cet aspect que nous analyserons spécifiquement à travers le cas du Festival de Kinotayo qui, s'il n'est pas un festival entièrement *online*, disperse les traditionnelles modalités d'appartenance festivalière.

Les cas de festivals *online* non confidentiels, se déployant à un niveau national voire international, ont été, au moment de la mise en place et de la réalisation de cette enquête, rares voire inexistants. Or, un projet de festival exclusivement *online* de grande ampleur a été entrepris par l'organisme Unifrance – créé en 1949 et chargé de la promotion internationale du cinéma français – à un moment avancé de notre recherche : *My French Film Festival*, dont la première édition s'est déroulée du 14 au 29 Janvier 2011. Disponible en dix langues (allemand, anglais, arabe, espagnol, français, italien, japonais, portugais et russe), le festival permettait à des internautes du monde entier, moyennant différents types d'accès et de tarifs, d'accéder à toute une programmation – dix longs métrages et dix courts métrages français – et même de participer au palmarès. Ainsi, si un *Prix de la presse internationale* et un *Prix des blogueurs étrangers* étaient mis en place, un *Prix des internautes* l'était également, incitant chaque participant à voter pour récompenser ses deux œuvres favorites.

Il est nécessaire d'indiquer que la première édition de *My French Film Festival* s'est produite à un moment beaucoup trop avancé de notre recherche pour pouvoir l'intégrer à nos protocoles d'enquête. Toutefois, même dans l'hypothèse où l'initiative d'Unifrance serait survenue plus tôt, l'intégrer comme terrain d'étude aurait nécessité un dispositif d'enquête radicalement différent de celui que nous avons mis en place. Ce dernier est basé sur des entités festivalières géographiquement identifiables, qu'elles soient

homogènes ou *dispersées*. Il s'agit d'entités festivalières se situant à mi-chemin entre l'espace-temps festivalier dit « traditionnel » et la forme numérique « extrême » du festival *online* : c'est ce parti-pris d'analyse qui nous a permis, en nous situant entre ces deux pôles dans des formes intermédiaires, d'interroger la thématique de l'*hybridation* en régime numérique qui nous intéresse ici.

Notre manière d'interroger le concept de festival *online* dans le contexte spécifique de notre recherche relève d'une logique quelque peu différente. Nous traitons ce concept à la fois comme *contextualisation théorique* – comme nous le faisons maintenant afin d'interroger les évolutions terminologiques et symboliques de la forme festivalière – mais également comme *perspective* – comme nous le verrons plus tard à travers nos terrains d'enquête. L'idée d'un festival *online* se pose face aux festivals collectivement « incarnés » soit comme un substitut, soit comme une extension. L'imaginaire lié aux formes festivalières exclusivement numériques, résolument récentes, prend donc sa source dans des formes plus « classiques » qui font office d'étalons comparatifs. L'idée de festival *online* nous permettra alors d'interroger, plus que les pratiques effectives y étant attachées, cet imaginaire spectatorial y étant lié.

Il convient donc, dans la lignée des problématiques entourant le concept de festival *online*, de se demander ce qui *fait* la forme festivalière aujourd'hui. Nous trouvons, dans les apports théoriques d'Emmanuel Ethis et Damien Malinas, certaines caractéristiques fortes nous permettant de discerner ce qui *fait* festival ou non.

« Il faut insister fortement sur ce rôle essentiel de la forme Festival lorsqu'elle est réussie – c'est à dire lorsqu'elle sait imposer une programmation originale dans un lieu propice à la faire vivre – crée véritablement un espace de confrontation qui rend possible les *évaluations* et les *entre-évaluations* des objets culturels par leur public. *Une valeur culturelle doit être éprouvée par ceux qui la portent* et la forme festivalière permet bien souvent cette épreuve. » (Ethis, 2003, p. 194)

Nous avons vu que Michel de Certeau définit un espace avant tout comme un *lieu pratiqué*. Un questionnement découle de cette idée : il convient de se demander si

l'espace virtuel d'interaction, sur lequel se déploie une part essentielle de l'existence collective d'un festival *online*, peut être considéré comme un lieu pratiqué. Nous postulerons ici que oui, dans la mesure où nous traitons la thématique des dispositifs de diffusion et de communication en partie comme une hybridation croissante des espaces, qu'ils soient publics, privés, physiques ou numérisés. Dans tous les cas, ils sont les prismes d'interactions et d'enjeux communicationnels importants. Ils s'avèrent ainsi être des espaces *pratiqués*.

Emmanuel Ethis établit, dans le contexte de son analyse du public du Festival d'Avignon, une distinction notable entre *voir* une œuvre et *découvrir* une œuvre. L'idée de découverte, à son sens, prévaut dans la démarche festivalière, se démarquant ainsi d'une démarche de consommation plus prosaïque chez les spectateurs. La forme « festival » a ceci de spécifique qu'elle ne rejoint pas, dans sa dimension cinématographique, un simple visionnage collectif. « La forme festivalière n'a en cela rien à voir avec un équipement urbain culturel traditionnel » (Ethis, 2003, p. 193). Le concept de *valeur culturelle éprouvée* rejoint bien la notion de ressenti de l'expérience que nous avons évoqué précédemment, c'est à dire l'importance essentielle que la symbolique de l'*être ensemble* revêt dans la construction du tout festivalier, distinguant ce dernier d'autres formes d'expériences culturelles. Damien Malinas, dans son ouvrage *Portrait des festivaliers d'Avignon : transmettre une fois ? Pour toujours ?*, décrit la forme « festival » avant tout comme instrument de renouvellement des publics de la culture. La forme festivalière, si elle est spécifique, permet justement à travers cette spécificité de créer une médiation forte auprès de ses publics, irriguant indirectement à travers eux l'ensemble de la société et permettant aux individus de renouveler leurs manières d'appréhender la *chose culturelle*. C'est ce qu'Emmanuel Ethis décrit à travers son concept du « public médiateur » (2003, p. 194).

Ces différentes réflexions sur la forme festivalière nous indiquent que son enjeu principal, en ce qui concerne ses évolutions hybrides en régime numérique, est plus que jamais symbolique. Sans ancrage matériel « classique », comment permettre, plus encore qu'un sentiment d'appartenance collectif, cette *valeur ajoutée* essentielle à l'existence de la forme festivalière ?

Il est à noter qu'Emmanuel Ethis emploie ici la terminologie de *lieu*, connotant fortement la dimension physique, matérielle, servant d'ancrage à la forme festivalière dite « traditionnelle ». L'étude évoquée datant de 2003, nous nous situons alors dans un contexte antérieur au développement de dispositifs numériques suffisamment perfectionnés pour permettre à des formes aussi poussées que celle du festival *online* d'exister à grande échelle. Transposer cette vision de la forme « festival » propre à Emmanuel Ethis dans le contexte temporel de notre recherche nécessite d'invoquer non la notion de lieu, mais bien celle d'espace tel que nous l'avons vue à travers la définition de Michel de Certeau. L'ancrage matériel du festival – qu'il soit *classique* ou *dispersé* – et la symbolique collective qu'il déploie semblent alors inversement proportionnels. Plus un festival s'ancre dans un tout physiquement homogène et moins la symbolique qu'il déploie nécessitera d'être forte pour assurer le développement d'un sentiment d'appartenance chez les individus ; à l'inverse, moins l'espace collectif festivalier se fait physiquement tangible et plus la symbolique mise en œuvre nécessitera d'être forte afin de permettre ce ressenti individuel d'un tout festivalier *porteur de sens*.

« Les festivals qui ont trouvé leur maturité, c'est à dire qui ont compris qu'ils se devaient de favoriser cette attitude du public, en réinventant sans cesse leur propre tradition, ont, de fait, un impact déterminant pour la démocratisation culturelle, une démocratisation aux effets indirects certes, mais une démocratisation durablement et puissamment portée par ceux qui participent à l'expérience festivalière auprès de tous ceux qui les entourent. »
(Ethis, 2003, p. 194)

A travers cette idée d'un *public médiateur* fondé sur l'exemple du Festival d'Avignon, Emmanuel Ethis évoque à la fois un phénomène de démocratisation culturelle conditionné par une démarche individuelle de médiation, comme nous l'avons vu plus haut, mais également la réinvention par les festivals, au contact de cette activité des publics aussi bien en son sein qu'une fois le festival terminé, de leur propre ritualité. Nous faisons face, à travers nos terrains d'enquête, à deux cas bien distincts concernant la thématique de la maturité d'une manifestation. Si le Marché du Film fut créé en 1959 – le Festival de Cannes ayant été fondé en 1946, la première édition du Festival de Kinotayo ne remonte qu'à 2006. Selon cette logique, le Marché du Film porterait jusque

dans son mode d'existence actuel les « stigmates » des nombreuses restructurations et renouvellements qu'il a traversés à travers son histoire. C'est sur la base de ces traces structurelles du passé que son processus de renouvellement actuel se déploierait, renouvellement auquel le Festival de Kinotayo, à ce stade de son existence, ne saurait prétendre.

Cette thématique d'un renouvellement festivalier temporellement linéaire nous mène à la dernière interrogation de cette partie. Les processus de renouvellement sont aujourd'hui, pour la plupart, basés sur les évolutions numériques se diffusant dans les industries culturelles. Or, nous avons vu que rapport aux dispositifs numériques implique, à un niveau tant individuel qu'institutionnel, une restructuration délinéarisée des rapports aux espaces, mais également au *temps*. Peut-on imaginer que les dispositifs numériques, mais également les pratiques et représentations se cristallisant autour, modifient le processus traditionnel de renouvellement des structures festivières ? Il s'agira de s'interroger, au fil de l'enquête, sur ces processus qui, s'ils ne constituent pas le cœur de notre problématique, en constituent en revanche une facette annexe notable.

La terminologie festivière désigne donc désormais, au sens large, des idées et éléments qui dépassent le simple cadre festivalier dit « traditionnel », c'est à dire correspondant à un espace-temps spécifique, homogène, *incarné* et proposant des lieux de diffusion collectifs et officiels. Une acceptation plus large que jamais de l'idée de forme festivière peut être constatée au moment de cette recherche. Cette acceptation plus large n'est pas une nouveauté liée à l'évolution des pratiques et représentations structurées autour des outils et dispositifs numériques. Nous pouvons ainsi mentionner, préalablement à ce cas d'analyse, des collections de DVD revêtant cette appellation. Toutefois, les perspectives en régime numérique donnent à cette complexité terminologique de nouvelles dimensions, comme nous l'avons vu avec le cas des festivals *online*.

Il convient de mentionner que la terminologie « œuvre cinématographique » a également beaucoup évolué au fil des années, et ce particulièrement en régime numérique. Les évolutions liées aux lieux de diffusion et aux pratiques cristallisées autour de la dématérialisation des contenus culturels ont eu un impact fort sur les imaginaires. La réalité aujourd'hui recoupée sous l'appellation *œuvre cinématographique*

semble plus que jamais floue : le simple lieu de diffusion ne saurait être l'unique critère satisfaisant pour construire cette catégorie. La complexification des modes de diffusion, que ce soit dans le contexte de l'industrie cinématographique ou dans celui de circuits dits « alternatifs », rend désormais impossible une telle simplicité dans la description. Le but n'est pas ici de fournir des critères définitifs de définition pour le concept d'œuvre cinématographique, mais il convient de garder à l'esprit ce flou des catégories ayant un impact certain dans les évolutions des imaginaires spectatoriels.

Cette évolution des significations attribuées à la forme festivalière est manifeste. De quelle manière peut-on alors considérer, dans la lignée de ces réflexions, que nos deux terrains d'étude s'inscrivent chacun d'une manière spécifique dans une forme « festival » ?

Des caractéristiques transversales

Nous avons vu, dans la partie précédente, que la forme festivalière diverge à de nombreux égards des traditionnels équipements urbains culturels. Le questionnement sera donc ici double. D'une part, en quoi le Marché du Film et le Festival de Kinotayo sont-ils analysables comme s'inscrivant dans une forme « festival », le Marché du Film étant avant tout ancré dans une logique d'échanges économiques et le Festival de Kinotayo étant marqué par une dispersion de l'espace-temps festivalier traditionnel ? Ces deux terrains remettent en question, chacun de leur manière, les acceptations dites « traditionnelles » de l'espace-temps festivalier. D'autre part, après avoir établi cette spécificité dans l'analyse de nos terrains, est-il possible de dépasser cette spécificité dans l'analyse de nos matériaux récoltés afin de viser à une certaine transversalité dans nos résultats ?

Jean-Louis Fabiani, dans son ouvrage *L'éducation populaire et le théâtre. Le public d'Avignon en action*, décrit la forme « festival » comme une forme de *coprésence*. Cette coprésence est avant tout celle d'œuvres artistiques et de modes de sociabilité spécifiques cristallisés autour de *rituels de célébration*. Toutefois, cette idée de

coprésence peut, à un sens plus large, rejoindre la définition d'espace selon Michel de Certeau comme *lieu pratiqué*, et ainsi caractériser la forme festivalière comme un lieu collectivement pratiqué. Jean-Louis Fabiani décrit également la forme festivalière comme un lieu où se construisent, s'affirment et se confrontent les goûts culturels dans une interaction constante entre l'individuel et le collectif.

« De la même façon, le Festival International du film de Cannes est censé réunir tous ses participants dans une communauté spectatorielle de pensée et de vision autour du cinéma ; pourtant, à bien y regarder, la mécanique même de la forme festivalière fait ressortir un rapport singulier au cinéma. »
(Malinas & Zerbib, 2003, p. 69)

La notion de *festivalier* apparaît, dans cette lumière, comme une antithèse de la dimension de passivité communément attribuée au consommateur. Le Marché du Film, comme son nom l'indique, s'inscrit pourtant dans une logique économique visant à alimenter un marché de consommation. Il est à mentionner, dans cette perspective, qu'une majorité des films disponibles dans l'enceinte du Marché et ouverts aux négociations relèvent de la catégorie des *films de genre*, ou plus exactement des *films d'exploitation*. Ce type de films, l'essentiel du temps, ne passe pas par le réseau de diffusion en salles et est directement pensé pour le marché vidéo : VHS, DVD, Blu-Ray, location, etc. Produits afin de répondre précisément aux critères de différents marchés de niche au sein de la distribution cinématographique, ils se voient souvent refusé le statut d'œuvres artistiques. Il n'est pas question ici de s'aventurer dans une analyse légitimiste des genres cinématographiques et du statut des œuvres. Toutefois, il est nécessaire de garder à l'esprit que le Marché du Film s'inscrit dans une logique de marché cinématographique relevant d'une chaîne industrielle très précise où la consommation des films est pensée comme plus importante et plus rapide que dans un circuit plus traditionnel tel que celui des salles.

Peut-on pour autant inscrire les usagers du Marché du Film, à qui s'intéresse notre recherche, comme relevant à un niveau individuel de cette logique de consommation ? Cela semblerait hautement inapproprié. Si les usagers participent à l'élaboration d'un réseau de consommation et participent à établir les fondements des modalités de cette

consommation, ils s'inscrivent à titre individuel dans une démarche hautement réflexive. Pris dans une logique permanente d'échanges et de négociations, le Marché s'affirme comme une zone de débats et de construction de l'identité non pas à un niveau seulement individuel, mais également au niveau des institutions que représentent les usagers. Ces derniers, en outre, ne sauraient être considérés comme « simples » marchands. S'ils s'inscrivent dans une logique ouvertement marchande, il leur faut, pour constituer leurs choix, se baser sur leurs expériences de spectateurs et les contextualiser. C'est à travers cette démarche réflexive vis-à-vis de leur propre désir de spectateur qu'ils vont pouvoir opérer une projection de ce désir afin de tenter de saisir, modéliser et construire celui des autres spectateurs, qui pour leur part s'inscriront dans une démarche de consommation plus directe. En cela, les usagers semblent constituer des spectateurs-médiateurs à la capacité réflexive accrue. Le Marché du Film, hors de ses espaces d'échanges, est d'ailleurs constellé de salles collectives de visionnage fonctionnant selon un planning préalablement constitué. Si l'offre de films présente dans l'enceinte du Marché ne correspond pas aux modes de constitution des sélections festivières, il n'en demeure pas moins que les usagers sont des spectateurs mis face à un éventail d'œuvres filmiques et inscrits dans un espace prolongé de débat.

« Même pour les plus professionnels des spectateurs, il faut bien constater que les critiques n'arrivent que difficilement à accorder leurs violons autour de réceptions définitives des films. » (Malinas & Zerbib, 2003, p. 67)

Par-delà le strict aspect festivalier, le terrain du Marché du Film offre donc à l'analyse une expérience spectatorielle collective à la fois prolongée dans le temps moyen et contenue dans un espace-temps spécifique. Il s'agit d'un espace de débats et de construction identitaire. Si le Marché du Film ne constitue pas le Festival de Cannes mais bien son pendant « off », il baigne toutefois dans ses dynamiques et représentations.

Le Marché du Film partage avec le Festival et la forme festivière de manière générale une même problématique : développer une appartenance spectatorielle collective, une communauté de spectateurs dépassant le simple cadre du visionnage de l'œuvre – le moment de la projection – dans sa dimension individuelle. Le Marché, même s'il s'inscrit dans le fonctionnement global d'un festival, n'en est pas à proprement parler un. Il

ressort toutefois de tout ceci qu'il s'inscrit à bien des égards dans la forme « festival » qui nous intéresse ici, telle que nous la concevons. C'est donc sous cet angle que nous l'avons approché dans notre analyse.

Le Festival de Kinotayo semble, a priori, plus directement évident à rattacher théoriquement à la forme festivalière. Correspondant en effet à toutes les caractéristiques jusqu'ici évoquées concernant les analyses de cette forme, Kinotayo ne se démarque d'un festival « classique » que dans la dispersion de l'espace-temps qu'il opère à travers le dispositif de diffusion numérique nommé *Smartjog*. Ce cas de figure, inédit dans cette ampleur, va nous permettre de prendre l'analyse des enjeux socioculturels en régime numérique comme base afin d'interroger ce qui conditionne aujourd'hui l'*appartenance festivalière*. Le fait que Kinotayo s'inscrive dans une forme festivalière n'est pas ici remis en question. La précision analytique que nous apportons est que ce terrain ne sera pas analysé en tant qu'espace-temps festivalier classique, mais plutôt comme une évolution de cet espace-temps nous renseignant sur certains enjeux essentiels concernant les dispositifs numériques de diffusion.

Nous avons donc vu en quoi nous pouvons aborder nos deux terrains d'étude sous l'angle analytique de la forme « festival ». La question de la portée des résultats se pose alors : la spécificité de la forme festivalière condamne-t-elle les résultats y étant obtenus, concernant l'évolution des pratiques et représentations spectatoriennes, à ne pas pouvoir dépasser ce cadre d'analyse ? L'expérience cinématographique festivalière semble ainsi par sa nature, tant dans la spécificité du rapport aux œuvres qu'elle suppose que dans celui aux autres spectateurs, différente du « voir ensemble » à l'œuvre dans le circuit traditionnel des salles.

« Il s'agit de voir dans quelle mesure l'association entre d'un côté une temporalité festivalière, qu'on peut considérer comme une forme contraignante pour l'expérience esthétique, et de l'autre un ensemble de micro-rituels qui transforment tendanciellement le statut du spectateur en participant voire en acteur, engendrent des formes spécifiques de la relation aux œuvres. » (Ethis, Fabiani & Malinas, 2005, p. 32)

Or, nous postulerons ici que, par-delà ces spécificités distinctes, ces deux types d'expérience possèdent des traits communs. Comment déterminer ces zones de convergence ? Laurent Fleury, à travers son analyse de l'impact des dimensions rituelles sur les pratiques culturelles dans l'ouvrage *Rites et rythmes de l'œuvre*, s'inscrit dans la lignée des apports d'Andréanne Pâquet concernant le rituel cinématographique. Selon l'auteur, l'impact de cette ritualité sur l'expérience cinématographique, et notamment sa temporalité, est triple :

- Effet de distanciation (sortir du temps quotidien socialement, spatialement et temporellement)
- Effet de conversion (un pivotement des valeurs, le choc lié à l'expérience artistique, un nouvel éclairage sur la réalité)
- Effet de vocation (virement éthique, transformation du cours d'une existence)

Nous pouvons ici dresser un parallèle entre ces effets et ceux caractéristiques de l'expérience festivalière. D'une part, l'espace-temps festivalier « traditionnel » provoque une rupture avec le quotidien du *monde extérieur*, par un effet d'immersion temporellement délimité dans un univers régi par des codes spécifiques ; il s'agit là de « l'effet de distanciation ». Il convient, dans la lignée de notre partie précédente, de se demander en quoi les modalités de cette rupture s'effectuent en régime numérique. Si l'effet de distanciation est conditionné pour une part essentielle par un *effet bulle* lié à un *être ensemble* homogène, on peut se demander quelles sont les conditions de son existence dans le cas d'un espace-temps festivalier dispersé ou même dématérialisé. Comme nous l'avons vu, l'effet de distanciation est alors conditionné par un travail symbolique plus fort de la part de l'institution festivalière et des individus. L'effet de rupture avec le quotidien est alors toujours une réalité, mais sa nature se trouve restructurée, notamment à travers d'un apport individuel plus important de la part de spectateurs recherchant consciemment cette rupture à travers l'expérience festivalière. C'est ce que nous avons évoqué, dans le cas du festival *online*, concernant la nécessité d'analyser dans des recherches ultérieures la reproduction de codes festivaliers au sein de la sphère privée.

D'autre part, le festival conceptualisé comme espace de débats et de construction individuelle des identités rejoint quant à lui ce que Laurent Fleury appelle « l'effet de conversion ».

« (...) l'espace critique inédit qu'ouvre le temps du festival : les festivaliers vivent dans un monde fortement cadencé par la proximité avec la critique professionnelle et l'instantanéité de la confrontation des points de vue, mais ils peuvent trouver des modes inédits d'expression de leurs jugements de goût du fait même de leur statut de participant. » (Ethis, Fabiani & Malinas, 2005, p. 32)

Cet aspect du regard spectatorial et des potentialités critiques caractéristique du terrain cannois rejoint un aspect fondamental inhérent aux dispositifs numériques de diffusion et de communication : le renouvellement des potentialités discursives. Il montre également que le festival cinématographique et la salle de cinéma partagent, pour des raisons quelque peu différentes, un même rapport à l'effet de conversion. Dans le cas de la salle, il s'agira d'une confrontation directe avec les valeurs, idées et contenus d'une œuvre. Dans le cas festivalier, cette confrontation directe sera complétée par tous les aspects de l'activité discursive, mentionnés plus haut, propres à l'expérience festivalière, participant ainsi au cheminement identitaire et aux questionnements de l'individu en tant que spectateur réflexif.

« L'effet de vocation », enfin, découle du précédent. La forme festivalière, en tant qu'espace de débats, de chocs esthétiques et de constructions identitaires, participe à une évolution plus ou moins importante de l'individu qui, à son tour, mettra ses différents espaces de sociabilité au contact des spécificités de cette évolution, comme nous l'avons vu dans le cas du « public médiateur ». Si la forme festivalière désigne avant tout un espace de débats et de constructions identitaires, l'impact des modalités de discursivité en régime numérique, complexifiant le rapport individuel aux différents types d'espaces, ne fait au final qu'exacerber une caractéristique fondamentale des entités que nous étudions ici. L'effet de vocation n'en sera que important encore.

« La durée de l'irruption de l'extraordinaire se prolonge dans la vie ordinaire alors transfigurée. L'irruption de l'éphémère ne se réduit pas à l'instant du surgissement, mais se déploie sur la totalité de l'existence. » (Fleury, 2005, p. 133)

Nous constatons donc ici, à travers cette triple caractérisation, un point de convergence essentiel entre la forme festival à l'œuvre et celle de l'expérience traditionnelle de la salle de cinéma. Il a été établi plus haut que la forme « festival » est résolument différente des autres types d'expériences culturelles : un festival serait ainsi « un surgissement qui est permis par une temporalité propre » (Ethis, Fabiani & Malinas, 2005, p. 48). Il convient donc de nuancer ce constat en établissant que la forme « festival » à l'œuvre est *pour une part* différente des autres types d'expériences culturelles. Si la forme festivalière est spécifique, il demeure qu'elle partage certains traits communs d'importance avec une pratique comme celle de l'expérience de la salle de cinéma, notamment dans sa dimension ritualisée. Il nous apparaît donc ici qu'il est possible, dans une certaine mesure et grâce à un travail de contextualisation précis, d'entreprendre d'atteindre une transversalité des résultats d'enquête obtenus en terrain festivalier. Ces derniers pourront mettre en évidence des traits sociaux et comportementaux qui peuvent également être observés dans une même mesure hors du terrain festivalier. Etablir théoriquement cette possibilité de transversalité de notre recherche est une chose. Il nous reviendra, dans le volet réservé à l'enquête, de déterminer à travers la nature des résultats obtenus les modalités effectives de cette transversalité.

Nous nous sommes penché, jusqu'ici, sur l'ensemble des éléments théoriques nécessaires à la mise en place de notre enquête, tant à travers les enjeux et perspectives socioculturels posés en régime numérique qu'à travers la mise en place de notre méthodologie de recherche et la mise en perspective de la forme festivalière qu'elle implique. Il va maintenant être nécessaire, avant de nous plonger dans l'enquête proprement dite, d'interroger plus précisément les caractéristiques de nos deux terrains d'étude et les enjeux qu'ils posent, à travers leurs dispositifs, à notre analyse.

3. Le Marché du Film de Cannes

Quel dispositif à étudier ?

Comment se déploie le dispositif du Marché du Film ? Il s'avère qu'il est avant tout marqué par plusieurs logiques complémentaires. Si l'essentiel de son espace, se déclinant sur trois étages dans le Palais des Festivals, est constellé de stands occupés par les différentes compagnies cinématographiques présentes, diverses salles de projection collectives sont également réparties – 34 lors de l'édition 2011, dont 14 proposant des modes numériques de diffusion permettant la projection en relief. Sont également disponibles divers espaces de détente, ainsi qu'une section nommée *Short Film Corner*, dédiée comme son nom l'indique aux débats et échanges autour de courts-métrages. Cette section fait, à certains égards, office de *marché au sein du marché*, évoluant comme nous le verrons selon un mode de fonctionnement spécifique.

Le Marché du Film est un espace qu'il s'avère nécessaire de mettre et remettre continuellement en perspective si l'on entreprend d'analyser les interactions se déroulant en son sein. En effet, en tant que premier marché cinématographique à l'échelle internationale, que ce soit pour asseoir symboliquement ce statut mais également afin de gérer efficacement l'énorme logistique nécessaire à son fonctionnement, il entreprend de mettre à disposition de ses usagers des dispositifs de pointe. Il s'avère donc être très réactif aux évolutions des outils numériques, qu'il intègre de manière renouvelée à chacune de ses éditions. L'analyse du rapport aux dispositifs de diffusion nécessite donc de la part de l'enquêteur, et ce particulièrement sur ce terrain, une vigilance constante à leur complexité évolutive.

La complémentarité des dispositifs au sein du Marché, qu'ils soient dédiés au visionnage ou aux échanges inter-individuels, est à étudier avec attention, d'autant que l'évolution des outils numériques utilisés et proposés aux usagers en son sein conduit à une complexification des modalités de communication et d'accès aux contenus. L'un des objectifs de l'enquête sur l'édition 2010 du Marché était, à ce titre, d'interroger le

rapport que ses usagers entretiennent avec une plateforme numérique appelée *Cinando*. Cette plateforme, principale base de données professionnelle pour l'industrie du cinéma en Europe, fonctionne sur le mode d'un réseau social virtuel et constitue un outil essentiel pour tous les professionnels participant au Marché du Film. Cette plateforme entreprenait alors de mettre en place du système de visionnage en *streaming*, permettant de faire évoluer les modalités dites « traditionnelles » des échanges, basés jusque-là avant tout sur des supports de diffusion matériels. Un an plus tard, la plateforme se dotait d'une nouvelle fonctionnalité nommée *Catch up market screening on Cinando.com*. Cette dernière complétait le dispositif déjà existant en y rajoutant une temporalité plus flexible des visionnages *online*, permettant ainsi une visibilité accrue des films mis en vente.

L'analyse des interactions entre les dispositifs dits « classiques » et les évolutions des dispositifs numériques constitue donc un enjeu extrêmement important pour une entité telle que le Marché du Film. Dans quelle mesure une complémentarité entre l'existant – notamment les habitudes comportementales prises par les usagers au fil des années – et les évolutions – principalement numériques au moment de cette recherche – des outils et modalités d'échanges peut être atteinte? Cette mise en questionnement des interactions entre facteurs de continuité et facteurs d'évolution, essentielle dans le cadre de toute analyse des enjeux des dispositifs numériques, s'est rapidement et naturellement imposée dans le cadre de notre étude du Marché du Film. Il s'agit ainsi de se demander si les dispositifs numériques et leurs évolutions constituent, pour les usagers et la manifestation, une **extension** ou un **substitut** des dispositifs leur préexistant. Il est primordial de saisir de quelle manière ce statut est accordé aux dispositifs numériques afin d'appréhender la réalité des pratiques et représentations individuelles se structurant autour.

Il nous faut toutefois compléter l'analyse de ce qu'est le dispositif du Marché du Film par l'analyse de ce qu'il n'est pas : qu'est-ce qui distingue spécifiquement le Marché du Film d'autres marchés cinématographiques internationaux ?

Quelles caractéristiques du Marché du Film par rapport aux autres marchés cinématographiques ?

Le Marché du Film, même s'il partage un nombre important de caractéristiques – dans ses modes de fonctionnement et dispositifs – avec d'autres marchés cinématographiques internationaux tel celui de Berlin, nous offre néanmoins sous certains aspects un cas d'analyse spécifique et unique. La taille du Marché est un premier facteur le distinguant d'autres manifestations relevant d'une logique économique semblable. Le Marché du Film de Cannes est en effet le plus grand marché cinématographique au monde, à la fois en termes techniques et logistiques – sa taille et le volume des échanges y étant réalisés – mais également en termes de portée symbolique – sa renommée internationale.

Toutefois, le facteur de spécificité que nous définirons comme le plus essentiel pour caractériser le Marché du Film relève précisément de cette renommée internationale. Cette dernière est fortement amplifiée par l'impact symbolique d'une manifestation se déroulant au même moment et dans laquelle le Marché s'inscrit : le Festival international du film de Cannes. Le facteur qui nous intéresse ici est donc ce rapport étroit et unique entretenu entre le Marché et le Festival. Ce rapport est complexe et multidimensionnel : à la fois géographique, temporel, matériel, institutionnel, mais également et surtout symbolique.

De ce constat découle un questionnement simple. Quels sont les enjeux et perspectives liés à cette présence du Marché dans le sillage symbolique du Festival ? Cette spécificité cannoise du rapport entre le Marché et le Festival a un impact sur les manières pour les usagers du Marché d'aborder et de vivre la manifestation ; reste à déterminer la nature et la portée de cet impact, mais également dans quelle mesure les individus développent ou non un regard réflexif sur la complexité de ce phénomène. Les enquêtes réalisées en 2010 et en 2011 au sein du Marché du Film nous ont comme nous le verrons permis, en interrogeant l'influence des dispositifs numériques sur les manières qu'ont les usagers/spectateurs d'appréhender l'espace-temps de la manifestation, d'interroger le regard qu'ils portent sur ce rapport entre le Marché et le Festival. Analyser en quoi ce regard conditionne leurs représentations a permis de mieux saisir la réalité des

échanges et des rapports entretenus par les individus avec la manifestation et ses dispositifs. Si les aspects géographique, temporel et matériel nous ont servi à mettre en place la partie de nos protocoles d'enquête réservée à l'observation de ces dispositifs et de l'appréhension par les usagers de l'espace de la manifestation, c'est principalement l'aspect symbolique qui a donc, au contact des usagers, été privilégié. L'aspect institutionnel du rapport entre Marché du Film et Festival de Cannes n'entraîne quant à lui pas dans le domaine précis de notre recherche. Il n'a été traité qu'en amont de notre recherche à titre informatif, afin de contextualiser de la manière la plus large et précise possible le *système* du Marché et les interactions qui le traversent.

Il convient d'indiquer que le Festival de Cannes se *nourrit* également symboliquement du Marché, conférant à la manifestation une ampleur unique. Historiquement, beaucoup de critiques concernant le Festival ont stigmatisé l'ampleur de son relai médiatique axé principalement sur la présence de stars de cinéma, mais également les sélections officielles des différentes éditions s'ancrant souvent dans une vision légitimiste des œuvres cinématographiques. La complexité des multiples facettes de l'événement cannois, telles que décrite notamment par Emmanuel Ethis dans son ouvrage collectif *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, a souvent conduit ses détracteurs à considérer que l'aspect strictement cinématographique et artistique de la manifestation est parasité par ces deux aspects, limitant ainsi l'expression d'une passion cinéphilique décomplexée. Le Marché du Film, symboliquement, donne un ancrage fort à l'événement cannois en lui conférant la dimension effective d'échanges cinématographiques économiquement réels, mais également en lui offrant, à travers la grande variété souvent « chaotique » de son offre cinématographique essentiellement basée sur les films de genre ou dits « d'exploitation », un pendant *bis*.

« Entre business et lumpencinéma, entre expression triviale de la mondialisation libérale et rêve de cellulöid, on est loin de l'ambiance blasée du club de grands auteurs qui ont oublié que le cinéma est un art populaire. »
(Person, 2006, p. 36)

La complémentarité symbolique existant entre le Festival et le Marché s'exprime notamment dans leur localisation géographique : si les deux entités partagent un même lieu, le Palais des Festivals, le Festival se déroule en surface tandis que le Marché se déroule pour une bonne partie sous le niveau du sol. Symboliquement, l'individu entreprenant d'appréhender la manifestation cannoise dans son ensemble se retrouve face, schématiquement, à la fois à une surface médiatique « officielle » et à un cœur économique où toutes les facettes d'une cinéphilie passionnée peuvent s'exprimer.

Prendre en compte ces interactions à double sens a été essentiel dans la mise en place de nos protocoles d'enquêtes, afin de déterminer ce qui constitue le *système cannois*. Il a ainsi été possible de mieux mettre en perspective à la fois les modalités de recherche et les résultats obtenus. La thématique de l'impact du Marché sur le Festival, si elle a tenu un rôle informatif dans la mise en place de cette recherche, ne concerne toutefois pas directement notre problématique. C'est l'impact du Festival sur le Marché qui, comme nous l'avons vu, a été plus directement et profondément interrogé. Le dispositif du Marché du Film est donc à la fois complexe et spécifique. De quelle manière est-il possible d'aborder la question des dispositifs numériques et de la dématérialisation des données en son sein ?

Appréhender le dématérialisé dans le contexte d'un espace festivalier spécifique : la complexification de l'expérience faite d'un espace-temps

Il nous faut, afin d'appréhender le rapport entre individus et contenus dématérialisés informatifs et/ou culturels au sein du Marché du Film, rétablir la distinction énoncée en introduction de cette recherche entre ce que nous avons appelé *dispositifs de diffusion professionnels* et *dispositifs de diffusion dits « grand public »*. Le Marché étant un espace où la présence de la quasi-totalité des individus est à titre professionnel, il convient de préciser cette distinction. Dans le cadre de ce terrain d'étude, elle désignera d'une part les dispositifs numériques de diffusion mis à disposition par la manifestation elle-même, et d'autre part ceux possédés par les individus à titre personnel.

Les dispositifs mis à disposition par le Marché du Film sont multiples. La complémentarité entre les divers types d'écrans présents dans l'enceinte du Marché est notamment forte : les écrans collectifs (les salles de visionnage du Marché), les écrans collectifs que nous qualifierons de *réduits* (les salles de visionnage du *Short Film Corner*) et les écrans individualisés (les écrans disponibles la plupart du temps sur les stands comme supports aux discours, utilisés dans le cadre d'échanges plus personnalisés). Viennent s'y ajouter une multitude d'écrans individuels, notamment dans le cadre du *Short Film Corner* avec ses *boxs* individualisés de visionnage. Il est enfin également nécessaire de mentionner le réseau WIFI mis à disposition des usagers afin de leur permettre d'accéder à Internet à tout moment.

Les modes d'accès dématérialisés aux films, aux sources d'informations et aux matériaux promotionnels, tels qu'ils sont développés depuis quelques années par le Marché, viennent complexifier l'ensemble de ce dispositif « classique ». Appréhender le rapport individuel aux contenus dématérialisés sous l'angle des dispositifs du Marché du Film implique une attention particulière à la plateforme numérique professionnelle *Cinando*, dont il a été question un peu plus haut. Cette dernière, comme nous l'avons vu, modifie tendanciellement les modalités « traditionnelles » des échanges au sein du Marché, principalement en déplaçant une partie de ces échanges jusque-là réalisés dans l'enceinte et la temporalité du Marché vers un espace numérique à la temporalité plus flexible. Le site web de *Cinando* s'inspirant dans son mode de fonctionnement de la démarche d'un réseau social virtuel mais également de celle d'un site de *streaming* basé sur la dématérialisation des contenus, il permet à l'activité de *networking* mais aussi à l'accès aux films de se développer hors de la rencontre effective avec l'interlocuteurs professionnels concernés au sein du Marché. Certains aspects des échanges ne revêtent ainsi plus la nécessité d'être réalisés *sur le moment* et peuvent être déplacés en amont ou en aval de la manifestation.

L'ensemble de ces dispositifs mis à disposition par la manifestation sont complétés par les dispositifs possédés et utilisés à titre individuel par les usagers du Marché du Film. Ces dispositifs sont, pour la plupart, des relais numériques individuels, à la fois multimédias et mobiles. La grande majorité de ces relais sont des *smartphones*, des tablettes numériques ou encore des ordinateurs portables personnels avec accès

Internet. Si les ordinateurs peuvent faire office d'écrans mobiles dans une certaine mesure, ils nécessitent toutefois un dispositif plus contraignant que les relais numériques dits « nouvelle génération », pensés spécifiquement pour être utilisés dans le cadre d'une mobilité individuelle forte et constante. Les usages de ces outils sont multiples : accès à tout type d'information, immédiateté des communications inter-individuelles, captation de sons, d'images et de vidéos, téléchargement et visionnage de contenus, etc. C'est sur ces relais que nous nous pencherons plus spécifiquement.

L'ensemble de ces dispositifs numériques, évoluant en complémentarité, complexifient un espace-temps pourtant a priori homogène en lui superposant d'autres types d'espaces d'échanges – notamment virtuels – et des temporalités plus flexibles. L'étude du Marché du Film devait nous montrer en quoi les dispositifs numériques de diffusion provoquent l'évolution du rapport à un espace-temps festivalier spécifique et homogène. Il s'avère, en observant le Marché, que cet espace-temps se trouve en fait *dispersé*, dans une manière toutefois différente de celle du festival de Kinotayo. Comme nous le verrons, la dispersion de Kinotayo par le truchement des dispositifs numériques est avant tout géographique et pose la question du sentiment d'appartenance à un tout festivalier. La dispersion inhérente au Marché du Film suppose une dispersion a priori plus complexe et multidimensionnelle. Dans le cadre d'un espace-temps de référence pourtant homogène sont ainsi superposés différents types d'espaces et de temporalités.

En quoi les usagers du Marché du Film, médiateurs/prescripteurs professionnels, sont-ils analysables en tant que spectateurs ?

La question principale qui se pose lorsque l'analyste se penche sur une entité telle que celle du Marché du Film est celle de l'appréhension de spectateurs dits « non-classiques ». Comme nous l'avons déjà vu dans l'analyse transversale de la forme festivalière, les usagers de la manifestation s'inscrivent dans une logique spécifique et multidimensionnelle. Nous avons ainsi établi qu'ils peuvent, dans le cadre de notre recherche, être analysés comme spectateurs s'inscrivant dans une forme festivalière.

Nous avons précédemment évoqué les usagers du Marché du Film comme une population homogène, voyant tous les individus la composant s'inscrire dans une même logique à la fois marchande, spectatorielle et réflexive. C'est pourquoi nous les avons appelés, jusque-là, les usagers-spectateurs réflexifs. Par les choix et transactions qu'ils réalisent, ils participent à conditionner l'évolution de la chaîne cinématographique, l'offre de films disponibles pour les publics et les manières pour ces derniers d'accéder aux œuvres. En cela, les usagers professionnels du Marché du Film s'inscrivent dans une démarche de *médiation* entre les sphères créatives de production filmique et les spectateurs de cinéma au sens large. Il ne s'agit bien entendu pas d'une démarche de prescription strictement culturelle et esthétique, dans la mesure où elle obéit à une logique avant tout marchande. Toutefois, cette dimension de médiation est essentielle pour saisir avec précision le statut de ces *spectateurs-marchands*.

Dans un article du *Monde Diplomatique* paru en Mai 2006 (Person, p. 36) était énoncée une idée prêtant – probablement volontairement – à la controverse : il y était ainsi stipulé qu'à Cannes, le véritable espace de déploiement de la *cinéphilie* se trouve dans le Marché du Film et non dans le Festival lui-même. « C'est paradoxalement du Marché du Film que frémit l'espoir d'un peu d'avenir pour le septième art » (Person, 2006, p. 36). Cette idée rejoint celle, ici déjà évoquée concernant les discours individuels et médiatiques critiquant l'évolution de la manifestation, d'un Festival de Cannes à la portée cinéphilique parasitée par une *starification* médiatique trop envahissante et une vision légitimiste du domaine cinématographique s'exprimant dans les diverses sélections officielles.

Cet article nous permet d'une part de nous questionner sur les différentes dimensions que peut acquérir la notion de cinéphilie. Comme nous l'avons vu, l'offre au sein du Marché du Film est pour une part essentielle portée sur des genres cinématographiques souvent considérés comme « non légitimes » : films de genre, horreur, action, fantastique, etc. Cette offre est surtout portée par la majorité des organismes présents, qui sont de taille modeste ou moyenne. Les quelques institutions plus importantes proposant des offres plus « grand public » et moins stigmatisées en termes de légitimité, telles *Studio Canal*, constituent une minorité. Mis dans cette perspective, l'article du *Monde Diplomatique* nous présente l'idée d'une cinéphilie aujourd'hui dégagée des

traditionnels schémas de légitimité culturelle, non plus associée à *ce qui est de bon goût* mais plutôt à une dimension de passion décomplexée et, en ce qui concerne les hiérarchies légitimistes entre genres, relativiste. Cette idée d'un Marché du Film comme espace de cinéphilie cannois le plus important va dans le sens de notre démarche d'analyse des usagers comme, avant tout, *spectateurs*. Nous postulons ici que c'est sur la base de ce désir spectatorial qu'ils vont fonder l'essentiel de leurs activités marchandes au sein du Marché.

L'article du *Monde Diplomatique* nous permet d'autre part de contextualiser le Marché du Film en identifiant les manières dont sa démarche cinématographique diffère de celle du Festival de Cannes. Cette différence relève non seulement, comme nous venons de le l'évoquer, des genres cinématographiques que l'on peut y trouver ainsi que de leur représentation statistique, mais aussi de l'absence d'une sélection officielle pouvant être perçue comme restrictive en terme d'accès aux œuvres. Une sélection festivalière opère des choix et forme ainsi, à chacune de ses éditions, à la fois une proposition à destination des spectateurs et un discours sur cette proposition. L'offre présente au sein du Marché relève d'une logique différente. Si les films présentés découlent bien au départ d'un choix de la part de chaque structure, l'offre globale n'est pas pensée comme un tout cohérent porteur d'une identité et d'un discours propres. Nous pouvons donc nous demander de quelle manière les comportements spectatoriels et rapports aux œuvres au sein du Marché se structurent.

Nous avons vu en quoi il est possible d'appréhender les usagers du Marché du Film comme spectateurs s'inscrivant dans une forme festivalière. La notion de *communauté spectatorielle* est importante pour saisir cette dernière de manière générale. Dans le cadre du Marché du Film, ce sentiment d'appartenance acquiert une dimension toute particulière dans la mesure où il se trouve renforcé par le lien symbolique établi par l'appartenance à un même milieu professionnel, souvent considéré dans l'imaginaire collectif comme une « grande famille ».

Il convient toutefois de nuancer la logique, mentionnée plus haut, d'homogénéité de la population interrogée. Cette logique spectatorielle « non-classique » ne concerne pas l'ensemble des individus évoluant au sein du Marché. Tous ne sont pas nécessairement

acheteurs ou vendeurs. Environ la moitié des usagers du Marché du Film s'avèrent être des spectateurs que nous qualifierons de « classiques », au sens où leur approche des œuvres se trouve dégagée de tout rapport marchand. Ces individus sont donc distinguables des acheteurs et vendeurs qui sont pour leur part, au-delà de leurs propres démarches de spectateurs, plus ancrés dans une logique institutionnelle de ciblage des publics.

Les spectateurs « classiques » correspondent principalement à deux types de profils : les journalistes et les festivaliers professionnels. Il est à mentionner que les journalistes, s'ils évoluent dans le Marché en-dehors de tout rapport marchand, relèvent néanmoins d'une institution qui est leur média d'affiliation. Leur discours pourra donc, à un certain niveau, être traversé par le discours institutionnel dont ils relèvent officiellement. Nous postulerons toutefois que cette influence du discours institutionnel relève strictement du processus de relai de l'information que les journalistes produisent au cours de l'événement. Pris individuellement hors du carcan de cette production médiatique officielle, les journalistes sont appréhendables comme des spectateurs « classiques », producteurs d'un discours qui leur est propre.

Les individus que nous nommons « spectateur professionnels » semblent quant à eux être les plus proches de spectateurs festivaliers « classiques ». Certains professionnels de l'industrie cinématographique, qui ne trouvent donc aucune difficulté à se doter d'une accréditation au Marché du Film, ne s'y rendent ainsi pas dans une optique professionnelle. Ils s'y rendent dans une logique strictement festivalière, mus par un strict désir spectatorial et une sorte de « boulimie cinéphilique » accentuée par l'abondante disponibilité de films de genre inédits.

« Véritable fourre-tout, hétéroclite, le Marché est une vraie foire où chacun cherche à faire des affaires, où chacun défend des produits plus ou moins bien calibrés. Certains cinéphiles ne vont plus que là : au milieu d'improbables films de karaté malais ou d'horreur sud-américains, ils découvrent la pépite qui donnera encore du sens à leur passion, même si le film ne sort jamais et n'obtient jamais la moindre récompense. » (Person, 2006, p. 36)

Le but de leur venue est simplement de voir un maximum de films dans des conditions uniques d'exclusivité. Il a été heuristique, comme nous le verrons dans le volet d'enquête, d'interroger ce rapport à l'offre disponible de films lorsqu'un tel type de profil spectatorial était rencontré : le Marché était-il vécu comme un véritable festival à part entière ou se retrouvait-il revêtu d'un statut sensiblement différent ?

Les individus évoluant au sein du Marché du Film dessinent donc une réalité spectatorielle plus complexe et nuancée que l'observation ne le laisserait penser au premier abord. La réflexivité individuelle semble être ici un trait commun d'importance, tant à travers celle déployée par les spectateurs « non classiques » dans le cadre de leurs activités marchandes qu'indirectement dans le degré d'expertise retrouvable chez les spectateurs plus « classiques » du Marché. C'est sur cette thématique de la réflexivité que nous allons maintenant plus précisément nous pencher.

Usagers du Marché du Film et réflexivité

La réflexivité est un trait spectatorial qui semble inhérent aux différents profils d'utilisateurs présents au sein du Marché du Film. Cette réflexivité est intrinsèque au statut professionnel des utilisateurs étant soit vendeurs soit acheteurs, mais elle s'exprime aussi, hors de ce carcan, chez des spectateurs dits « classiques » – comme nous le verrons plus tard dans cette recherche avec l'hypothèse du « méta-spectateur », régime spectatorial marqué à la fois par un *dépassement* du simple statut de spectateur des œuvres, mais également par une réflexivité accrue constatée chez les individus.

Nous devons revenir ici aux caractéristiques du « spectateur expert » tel qu'évoqué par Emmanuel Ethis. Nous avons vu précédemment que l'auteur énonce l'idée que l'usage des outils numériques, à mesure qu'il se cristallise dans les pratiques et représentations des individus, accroît un niveau d'expertise sous deux angles. D'une part, en facilitant l'accès à un nombre croissant de contenus, les outils numériques communicationnels – accès à Internet, numérisation des contenus, relais multimédias, etc. – favorisent une

expertise *informationnelle* des individus. D'autre part, l'usage de plus en plus répandu et financièrement accessible des outils numériques de création – caméras et appareils photographiques numériques, logiciels de traitement vidéo ou sonore, etc. – combiné à l'accès à un volume dérégulé d'images principalement via Internet, favorisent une expertise *du regard*, une éducation à l'image à l'ampleur inédite.

Cet accroissement tendanciel de l'expertise chez les individus ne touche bien entendu pas chacun de la même manière ou à un degré égal. Statistiquement, si l'on se base sur la croissance exponentielle des usages d'Internet, de la téléphonie mobile et des outils numériques de création, on peut toutefois imaginer qu'un nombre croissant d'individus s'inscrit, de manière effective et à des degrés divers, dans cette dynamique d'expertise.

Si nous avons déjà évoqué cette problématique de l'évolution de l'expertise spectatorielle selon Emmanuel Ethis plus tôt dans cette recherche, nous la traitons ici sous une lumière différente en postulant que le développement de ce type d'expertise en régime numérique conduit à une *capacité réflexive* accrue chez les individus. Un individu très informé et posant un regard *techniquement* averti sur les images l'entourant sera mieux à même de contextualiser les contenus auxquels il se trouve confronté. Les mettant ainsi en perspective, il sera également à même de mettre en perspective les modalités de la réception qu'il en fait en tant qu'individu. Le spectateur en régime numérique est donc plus que jamais amené à se mettre en questionnement dans son rapport aux contenus informationnels et culturels.

Les usagers du Marché du Film, selon cette perspective, cumulent deux types de réflexivité. D'une part, nous avons affaire au type de réflexivité que nous venons d'évoquer. En tant que professionnels de l'industrie cinématographique pris dans une logique concurrentielle marchande, les usagers du Marché sont amenés à témoigner d'un usage des outils numériques souvent supérieur à la moyenne, traitant un volume important d'informations et d'images. Le visionnage des œuvres peut ainsi être beaucoup plus spécifique dans le cadre du Marché du Film que dans le cadre d'une autre expérience cinématographique, comme celle de la salle de cinéma ou même comme celle d'une forme festivalière plus « classique ». Un professionnel pourra entreprendre de voir un film uniquement par curiosité pour le travail d'un département créatif

spécifique, afin par exemple de juger du travail effectué sur le montage ou sur le traitement sonore. Même les spectateurs les plus « classiques » du Marché, c'est à dire non ancrés dans une démarche marchande, sont professionnels. Ils bénéficient donc d'une expertise du regard bien supérieure à ce qui sera considéré comme un regard spectatorial plus « commun ».

D'autre part, nous avons affaire à un type de réflexivité évoqué précédemment dans cette recherche, inhérent au statut professionnel des usagers s'inscrivant dans une logique explicitement marchande, et plus particulièrement concernant les acheteurs. Comment un usager va-t-il construire sa démarche de choix de films et d'achat ? Il va devoir baser les échanges auxquels il se livre non seulement sur une construction théorique du public qu'il vise *in fine*, mais également sur une mise en perspective de sa propre expérience de spectateur. Les organismes-vendeurs présents au Marché comportent souvent, dans leur équipe, des individus attachés à l'accueil des potentiels acheteurs ou à la stricte démarche de marketing et de vente. Ces individus pourront, parfois, ne pas avoir vu les films dont ils s'efforcent de faire la promotion. Il s'agit là d'un cas de figure beaucoup plus rare chez les acheteurs. En-dehors de rares cas où certains films susciteront la convoitise de nombreux acheteurs par leurs simples perspectives de succès¹⁷, où la démarche d'achat sera commercialement viable quel que soit le jugement qualitatif porté sur l'œuvre par l'acheteur, les acheteurs doivent le plus souvent se baser, en tant que *médiateurs* conditionnant l'offre disponible dans la chaîne cinématographique, sur leur propre expérience de spectateur. Cela leur permet de saisir ce qui, concernant les œuvres qui pourront être achetées, suscitera le *désir* des publics qu'ils visent à travers leur activité marchande.

Nous avons déjà évoqué en quoi le Marché du Film et le Festival de Cannes, tant dans leurs différences que dans leurs aspects de complémentarité, posent des questions relevant d'une certaine approche de la légitimité culturelle. Les usagers du Marché du Film, de part les multiples degrés de *réflexivité spectatorielle* dont ils témoignent dans leur réception des œuvres, constituent-ils un « bon » public au sens bourdieusien du

¹⁷ Il pourra s'agir de films réalisés par des réalisateurs à la grande côte de popularité, de suites de films ayant rencontrés un certain succès, ou encore de films à l'origine mal identifiée mais auréolés d'un phénomène de *buzz* – un bouche-à-oreille mélioratif, la plupart du temps relayé via Internet.

terme, c'est à dire un public doté d'une *bonne volonté culturelle* ? Avoir affaire à un tel « bon » public est-il nécessaire pour viser la transversalité que nous nous efforçons d'atteindre dans cette recherche et pouvoir ainsi élargir les résultats d'enquête à d'autres situations festivalières et types de publics ? La notion de « bon » public rejoindrait une certaine idée légitimiste dans le rapport aux contenus culturels. Or, comme nous l'avons vu précédemment, le fonctionnement du Marché du Film et les démarches des individus y évoluant ne s'inscrivent pas dans les traits dits « traditionnels » d'une démarche culturelle légitimiste. Il est également difficile d'appliquer cette notion de *bon public* aux usagers ici évoqués car, comme nous l'avons vu, ils s'inscrivent en tant que spectateurs dans de multiples logiques, qu'elles soient individuelles, institutionnelles ou économiques. Ce qui sera considéré comme *bon* à la fois pour le marché cinématographique, pour l'institution dont relève un usager ou encore pour l'usager lui-même, ne le sera pas nécessairement au sens *légitimement culturel*. Nous n'associerons donc pas les traits d'expertise et de réflexivité rencontrés dans le cadre du Marché à cette idée d'un « bon » public, donc la problématique légitimiste ne relève de toute manière pas de cette recherche.

Les individus rencontrés au sein du Marché du Film témoignent ainsi à double titre d'une capacité réflexive forte. Nous nous sommes efforcés, dans le cadre de l'enquête, de mettre à profit cette réflexivité en invitant les usagers à mettre en perspective et à questionner leur propre statut, mais également le tissu cinématographique dans lequel ils s'inscrivent. Cela s'est avéré particulièrement pertinent dans le cas de concepts comme celui du festival *online*, qui comme nous l'avons vu nécessite, afin d'être traité, une importante capacité de *projection réflexive* de la part des individus interrogés.

Après avoir passé en revue les caractéristiques et enjeux spécifiques au Marché du Film, il va maintenant être nécessaire d'interroger ceux de notre deuxième terrain d'étude, le Festival de Kinotayo.

4. Le Festival de Kinotayo

Quel dispositif à étudier ?

Le Festival de Kinotayo, comme nous l'avons vu, existe depuis 2006. Lors de sa création, son nom complet était « Kinotayo – Festival du film japonais contemporain à l'ère du numérique ». En 2011, il est devenu « Kinotayo – Festival du cinéma japonais contemporain de Paris ». Si nous reviendrons plus tard, à travers l'enquête, sur cette évolution terminologique, nous appellerons le festival, dans le cadre de l'ensemble de cette recherche, simplement « Festival de Kinotayo » pour des raisons de lisibilité.

En quelques années d'existence, la manifestation a réussi à s'imposer comme l'un des jeunes festivals cinématographiques français les plus exposés médiatiquement et ce, particulièrement concernant sa mise en œuvre des évolutions technologiques en matière de diffusion. L'une des caractéristiques les plus notables de Kinotayo est ainsi son usage du dispositif de diffusion *Smartjog*, permettant un transport facilité de fichiers numériques massifs. Le festival de Kinotayo a la particularité d'être l'un des premiers à utiliser ce dispositif novateur. Ce procédé de diffusion numérique de pointe a permis au festival d'entreprendre une démarche que nous avons qualifiée *de dispersion géographique* en se déroulant simultanément dans une multitude d'espaces de diffusion répartis dans diverses régions pouvant changer au gré des éditions : Paris, région parisienne et villes de province. Ainsi, si en 2009 les deux espaces de diffusion « de province » étaient situés à Montpellier et Vauréal, en 2010 ces deux villes ne figuraient plus dans cette liste, dont le nombre s'élevait désormais à sept.

Le Festival de Kinotayo, à travers cette thématique de la dispersion géographique en régime numérique, met en questionnement depuis sa création les frontières de la forme festivalière, traditionnellement associée à un espace-temps homogène. Ce terrain d'étude s'est donc avéré pertinent pour illustrer des enjeux d'importance ayant trait aux évolutions socioculturelles en régime numérique. Il nous a permis d'étudier les rapports évolutifs existant entre les spectateurs de cinéma, l'expérience festivalière et les

potentialités offertes par l'évolution des dispositifs numériques de diffusion. A travers quelles modalités, dans le contexte d'un espace festivalier hétérogène, le sentiment d'appartenance spectatorial va-t-il être rendu possible ? Comment, à travers cette dispersion géographique en régime numérique, les spectateurs vont-ils *incarner* leur expérience d'une manière spécifique ? Quelles ressources symboliques et techniques sont mises en œuvre tant par la manifestation festivalière que par les individus afin de conditionner ce sentiment d'appartenance ? Les dispositifs ici concernés seront, comme nous l'avons vu dans le cas du Marché du Film, à la fois ceux maniés par le festival et ceux utilisés à titre individuel. Il s'agira de voir comment les interactions entre ces deux types de dispositifs se manifestent, afin de pouvoir mettre en perspective les pratiques et représentations individuelles que nous interrogerons.

Le Festival de Kinotayo fut une première occasion pour cette recherche, avant même le premier terrain réalisé au Marché du Film de Cannes, de mettre à l'épreuve l'évolution des frontières traditionnelles de la diffusion cinématographique festivalière, ainsi que celle des pratiques et représentations spectatoriennes y étant attachées. Ce caractère chronologique de premier terrain d'étude a rendu nécessaire un important travail d'observation et d'analyse de dispositifs afin d'appréhender le *système* constitué par le Festival de Kinotayo, mais également pour poser les jalons du traitement empirique de notre problématique générale de recherche. Un premier terrain d'étude, réalisé les 26 et 27 Novembre 2009, a ainsi été l'occasion d'étudier quelques lieux parisiens faisant office d'espaces de diffusion pour le festival, parmi lesquels la Maison de la Culture du Japon. Une étude des dispositifs matériels a été effectuée, ainsi que la rencontre de membres de l'équipe du festival et de quelques spectateurs s'étant rendus disponibles, prêts à participer à des entretiens semi-longus. Le terrain réalisé à Paris en 2009 fut ainsi essentiellement exploratoire. Il fut suivi par un terrain réalisé le 28 Novembre dans l'espace de diffusion du festival à Montpellier, où quelques entretiens complémentaires – courts ou semi-longus, selon les disponibilités – furent menés avec des spectateurs afin de commencer à appréhender les rapports pouvant exister entre les différents espaces du festival, parfois séparés par une grande distance géographique. Nous reviendrons plus tard plus en détail sur les modalités et résultats de cette enquête, ainsi que de celle ayant été réalisée un an plus tard, sur l'édition 2010 du festival.

Le Festival de Kinotayo et les dispositifs de diffusion numérique, ou comment désenclaver l'expérience festivalière

Il est nécessaire, afin d'interroger les pratiques et représentations spectatoriennes se structurant autour des dispositifs mis en œuvre par le Festival de Kinotayo, d'aller par-delà une vue d'ensemble et d'étudier plus précisément comment ces dispositifs articulent la dématérialisation des contenus à une démarche de dispersion géographique. Quel espace-temps festivalier se trouve ici dessiné ?

En 2009, lors de notre première présence sur le terrain du festival, huit espaces de diffusion étaient alors identifiables. A Paris se situaient trois d'entre eux :

- La Maison de la culture du Japon (15^{ème} arrondissement)
- Le Grand Palais (8^{ème} arrondissement)
- Le Pôle Universitaire Léonard de Vinci (La Défense)

Trois autres espaces étaient répartis en banlieue parisienne :

- Centre Culturel de l'Orangerie (Roissy)
- L'Ecole Internationale des Sciences du Traitement de l'Information (Cergy)
- Le Château d'Auvers-sur-Oise

Enfin, deux autres espaces étaient établis en province :

- L'Antarès (Vauréal)
- Le Royal (Montpellier)

En 2010 sont observables quelques modifications en ce qui concerne les espaces de diffusion du festival, s'élevant désormais au nombre de 15. Trois d'entre eux se situent dans le centre de Paris, donc un seulement est commun avec l'édition précédente :

- La Maison de la culture du Japon (15^{ème} arrondissement)
- La Clef (5^{ème} arrondissement)
- Le Denfert (14^{ème} arrondissement)

Les espaces de diffusions identifiables en région parisienne, quant à eux, connaissent une augmentation notable en passant de trois en 2009 à cinq en 2010 :

- Auditorium du Spark (Enghien-les-bains)

- Centre Culturel de l'Orangerie (Roissy)
- L'Ecole Internationale des Sciences du Traitement de l'Information (Cergy)
- Le Central 92 (Puteaux)
- Le Château d'Auvers-sur-Oise

L'augmentation des espaces répartis en province est, enfin, encore plus importante encore que celle constatée en région parisienne. Le nombre de ces espaces passe ainsi de deux en 2009 à sept en 2010 :

- Cinemarine (St Gilles Croix de vie – 85)
- Le Paris (Forbach – 57)
- Mega CGR (Pau – 64)
- Le Méliès (St Etienne – 42)
- Le France (St Etienne – 42)
- Quai 56 (Guer – 56)
- L'Olympia (Cannes – 06)

Il est à noter que ces espaces de diffusion ne correspondent pas systématiquement aux lieux de diffusion « classiques » que sont les salles de cinéma. En 2009, sur huit espaces de diffusion, deux seulement sont des salles de cinéma. Il s'agit des deux espaces de province, *L'Antarès* de Vauréal et *Le Royal* de Montpellier. En 2010, sur 15 espaces de diffusion, dix désormais sont des salles de cinéma. On en distingue deux au centre de Paris (La Clef et Le Denfer), un en région parisienne (Le Central 92) et sept en province (Cinemarine, Le Paris, Mega CGR, Le Méliès, Le France, Quai 56 et L'Olympia). La proportion des salles de cinéma dans les espaces de diffusion du Festival de Kinotayo connaît donc une forte augmentation en passant de 25% en 2009 à environ 66% en 2010. Si en 2010 la répartition entre province et région parisienne se fait plus équilibrée, il demeure que dans les deux cas, la concentration des salles de cinéma est la plus forte dans les espaces de diffusion de province.

Comment pouvons-nous interpréter cette répartition et son évolution ? Le dispositif traditionnel de la salle de cinéma reste symboliquement très fort, d'autant plus dans le cadre d'un festival cinématographique désireux d'asseoir sa légitimité. Pourquoi, sous cet angle analytique, les espaces du festival identifiables en province sont-ils exclusivement des salles de cinéma, tandis que les espaces de diffusion ne

correspondant pas à ce profil ne sont établis que dans Paris et ses environs ? On peut émettre l'hypothèse que, Paris étant symboliquement établi comme le *centre* – à la fois symbolique et institutionnel – du festival, les espaces y seront nécessairement plus *transversaux*, établissant la légitimité du festival non seulement dans le domaine cinématographiques, mais également et surtout dans la sphère culturelle au sens large. Cette démarche peut être constatable dans l'établissement de la Maison de la culture du Japon comme lieu phare du festival, seul espace du centre de Paris commun aux éditions 2009 et 2010. A travers sa démarche de dispersion géographique, le festival établit un *réseau* d'espaces relayant une légitimité et un discours construits *en amont*. Les espaces de province ne nécessitent donc pas d'être *créateurs* d'une telle transversalité mais plutôt de se constituer comme *espaces-relais* de cette transversalité. Les salles de cinéma, espaces dits « traditionnels » de l'expérience cinématographique constituant déjà un réseau-clef de la diffusion cinématographique nationale, représentent alors des espaces idéaux pour la construction géographique du réseau du Festival de Kinotayo.

L'augmentation des espaces de diffusion en province laisse à penser que le Festival de Kinotayo, établissant au fil des éditions ses propres repères symboliques mais également renforçant son existence institutionnelle et médiatique, poursuit en terme d'ampleur sa démarche de dispersion géographique. Comme nous le verrons plus tard dans l'enquête, l'évolution terminologique du festival dessine une réalité semblant autre, tendant à recentrer symboliquement la manifestation sur Paris et posant ainsi les espaces de province comme des extensions d'une identité de souche. Nous avons affaire à deux dynamiques a priori contradictoires mais en fait complémentaires. La dispersion géographique pose, comme nous l'avons vu, le risque de la fragmentation et du délitement du sentiment d'appartenance individuel. Nous nous trouvons ici dans une logique proche de la problématique politique du multiculturalisme : comment reconnaître tous les particularismes culturels à un même niveau tout en préservant des repères communs assez forts pour éviter un délitement du tissu social ? Le Festival de Kinotayo s'inscrit dans ce type d'équilibre délicat : rassembler symboliquement de manière suffisante, afin de se permettre de disperser géographiquement son entité sans pour autant nuire au sentiment d'appartenance des festivaliers.

Appréhender le dématérialisé dans le contexte d'espaces multiples : le dématérialisé complexifiant un espace-temps

Il convient d'apporter quelques précisions sur la notion de *simultanéité* dans le cadre du Festival de Kinotayo. Nous avons évoqué, dans l'introduction de cette recherche, les dimensions de simultanéité de l'expérience spectatorielle permises par les dispositifs numériques, en citant l'exemple des œuvres du *Metropolitan Opera* de New York retransmises en direct dans plusieurs salles de cinéma dans le monde. Ce cas pose la problématique de la synchronisation de l'expérience et de son ressenti chez l'individu. Il est à ce titre nécessaire de mentionner que plusieurs espaces cinématographiques de retransmission des opéras du *Metropolitan* rendent obligatoire le port de tenues de soirées. La reproduction des codes ritualisés de l'événement d'origine participe donc, à travers une synchronisation mais également à travers une *mise en présence symbolique*, à construire le sentiment d'appartenance à une même expérience collective. Il s'agit de *relier* les expériences individuelles en rééquilibrant le déficit de mise en présence physique par un surcroît de cette mise en présence symbolique.

Le type de simultanéité que l'on peut observer au Festival de Kinotayo est toutefois quelque peu différent. Les mêmes films ne sont pas programmés aux mêmes horaires dans les différents espaces de diffusion du festival. La simultanéité ici constatée ne concerne pas l'expérience spécifique des œuvres, mais plutôt celle de la manifestation festivalière au sens large. La symbolique d'appartenance ici étudiée n'est pas celle d'un simple visionnage collectif, mais bien celle liée à la forme « festival » dans son ensemble, telle que nous l'avons décrite précédemment. Chaque espace de diffusion, en raison de cette non-synchronisation de la diffusion des œuvres, évolue selon une logique et une dynamique spectatorielles qui lui sont propres, mais reste attaché à une temporalité globale, commune au festival dans son ensemble et à tous les espaces qui le composent.

C'est précisément cette absence de synchronisation de la diffusion des œuvres qui donne, dans le contexte de notre recherche, une partie essentielle de son intérêt au terrain du Festival de Kinotayo et à son rapport à la simultanéité des expériences. A travers quelles modalités, lorsqu'une synchronisation « directe » de l'expérience des

œuvres n'est pas mise en œuvre, le sentiment d'appartenance des spectateurs à un tout festivalier – pourtant géographiquement dispersé – peut-il se déployer ? C'est en cela que le Festival de Kinotayo offre à l'analyse un cas d'espace-temps festivalier complexifié par la dématérialisation des contenus. Le rapport à la simultanéité y est complexe à appréhender par il implique des rapports diversifiés à cette simultanéité, tant au niveau du festival lui-même que des individus qui y participent.

Nous pouvons retrouver, à travers l'approche analytique par Joseph Isaac de la notion d'espace public, une évocation de la dichotomie existant entre, d'une part, le chevauchement d'une multiplicité de dynamique diverses et, d'autre part, la mise en simultanéité de certaines d'entre elles :

« Il vaudrait peut-être mieux parler de l'espace public comme de l'espace d'adhérence d'une fonction urbaine, c'est à dire de l'espace dans lequel les activités du citoyen peuvent se chevaucher, bifurquer selon les opportunités, s'articuler dans un seul et même déplacement. » (Joseph, 1993, p. 398)

Cette citation, placée dans le cadre de l'analyse des dispositifs numériques de diffusion, prend une ampleur renouvelée. Elle rejoint la dichotomie que nous avons évoquée, dans le cadre du Festival de Kinotayo, entre les dynamiques de simultanéité et celles de non-synchronisation, insufflant à cette forme festivalière et à ses différents espaces un rapport multidimensionnel à la temporalité de la manifestation. Comme nous l'avons vu plus tôt dans cette recherche, la dématérialisation des contenus complexifie les frontières existant entre les traditionnelles sphères du privé et du collectif. La complexité inhérente à la sphère publique au sens traditionnel, comme l'évoque Joseph Isaac, se trouve ainsi accrue par les potentialités de mobilité et le chevauchement d'un nombre croissant d'espaces – matériels et virtuels. Il conviendra, dans la partie de l'enquête réservée au terrain d'étude du Festival de Kinotayo, de mettre en perspective cette complexité du rapport des individus à l'espace-temps de la manifestation, aussi bien dans son approche de la simultanéité des expériences et du sentiment d'appartenance que dans ses dimensions de non-synchronisation. C'est pourquoi nous avons, lors de chacune des deux éditions ayant été étudiées, réparti l'analyse sur plusieurs espaces différents, aussi bien à Paris qu'en province, afin d'appréhender les

divers types de dynamiques – communes ou spécifiques – pouvant y être observées. Cela nous a ainsi permis d'appréhender, par le truchement de ses « détails », le tableau d'ensemble dessiné par le système *Kinotayo*.

Il est à noter que le dispositif *dispersé* du festival pourrait être techniquement réalisable à travers des supports analogiques. Il n'est pas, dans sa nature, une spécificité des outils et potentialités numériques. Toutefois, l'évolution que les dispositifs numériques permettent est celle de l'ampleur de cette réalisation. Techniquement et économiquement, les supports analogiques posent des limites contraignantes aux manifestations cinématographiques entreprenant une démarche de dispersion géographique, notamment en raison du coût des bobines et de celui de leur transport. Les dispositifs numériques de diffusion restructurent et repoussent ces limites via un coût moindre du support ainsi qu'un transport facilité puisque quasi-intégralement dégagé de ses contingences physiques. On peut imaginer qu'à travers des dispositifs de diffusion analogiques, le Festival de Kinotayo aurait pu exister, mais uniquement à une échelle locale et relativement confidentielle. Il n'aurait pas pu entreprendre un mode d'existence à échelle nationale, à la fois en raison des contraintes inhérentes aux supports analogiques que nous avons mentionnées plus haut, mais également en raison du peu de moyens financiers dont une structure festivalière « jeune » dispose.

Le Festival de Kinotayo, au niveau de sa nature et de sa démarche de dispersion géographique, n'est donc pas une spécificité des évolutions numériques ayant marqué les années 2000. Cette spécificité recoupe plutôt la complexité avec laquelle ses modalités d'existence, l'ampleur mais également la temporalité de cette démarche de dispersion ont pu être développées par cet usage des dispositifs numériques. Nous avons donc vu en quoi l'espace-temps festivalier de Kinotayo se constitue avec une complexité qui lui est propre. Il va maintenant s'agir, par-delà le dispositif lui-même, de se pencher sur le public du festival, que nous avons qualifié de « semi-dispersé », et les perspectives qu'il présente.

*Approche d'un public « semi-dispersé » et d'expériences festivières restructurées :
une communauté interprétative au sens classique du terme ?*

Pourquoi qualifions-nous ici le public de Kinotayo de « semi-dispersé » alors qu'il est question, comme nous l'avons vu jusque-là, de *dispersion géographique* et non de « semi-dispersion » géographique ? Par *dispersion géographique*, nous désignons avant tout un processus, celui consistant à *morceler* et *éparpiller* le traditionnel espace-temps festivalier homogène en une multitude d'espaces géographiquement distants les uns des autres. Par *public semi-dispersé*, nous ne désignons pas un processus, mais les modalités de restructuration du public autour de ce processus. Un public ne sera jamais dispersé *dans l'absolu*, il le sera toujours par rapport à un contexte de référence, en l'occurrence la traditionnelle représentation d'un espace-temps festivalier homogène. Si le public est dispersé par rapport à cette représentation de base, il se retrouve en revanche rassemblé en de multiples espaces, dans ces configurations plus « petites » et entretenant entre elles des rapports spécifiques. C'est en cela que nous qualifions le public du Festival de Kinotayo de « semi-dispersé » : il s'agit d'un public non-homogène selon une représentation « classique » de la forme festivière, mais bel et bien ancré dans un nombre défini d'espaces officiels du festival qu'il est possible d'identifier et d'analyser en tant que tels.

La composition des usagers de Kinotayo est très différente de ce que nous avons pu voir dans le cadre du Marché du Film. Pris sous cet angle d'analyse, le Festival de Kinotayo correspond à une forme festivière beaucoup plus « classique ». La grande majorité des individus y évoluant sont « simples » spectateurs, mus par un attrait cinéphilique. La proportion de professionnels de l'industrie cinématographique et de journalistes est très inférieure à celle identifiable dans l'enceinte du Marché du Film. C'est pourquoi l'hétérogénéité que nous nous efforcerons de mettre ici en lumière est plus complexe que dans le cas du Marché : la nature des statuts individuels des spectateurs ne constitue pas une entrée analytique permettant d'aborder ladite hétérogénéité.

Il s'agit donc de se questionner, dans la lignée de notre approche du Marché du Film et de l'hétérogénéité y marquant les différents profils d'usagers, sur les différents *régimes*

d'existence qui animent les spectateurs du Festival de Kinotayo. Une population festivalière ne saurait être une simple communauté homogène de spectateurs. Ceci est d'autant plus vérifiable dans le cas d'un festival comme celui de Kinotayo, dont l'espace est rendu particulièrement hétérogène grâce à son intense utilisation de dispositifs numériques de diffusion cinématographique.

Comment interroger ces différents *régimes d'existence* observables chez les individus rencontrés dans le cadre de ce terrain ? Une forme festivalière possède des particularismes la distinguant, au niveau des pratiques spectatorielles, d'une expérience cinématographique ou culturelle plus « classique ». *L'attente* dans le cadre d'un festival est tout d'abord très différente de l'attente dans le cadre d'une salle de cinéma. La durée peut être beaucoup plus longue. La population festivalière ne se répartit pas nécessairement de manière équilibrée selon le degré de popularité ou de désir spectatorial suscité par une séance ou un événement programmé. Nous avons vu précédemment, à travers l'évocation du *paradigme de la mobilité*, en quoi l'attente individuelle se trouve reconfigurée par les outils numériques mobiles, permettant une gestion du temps plus flexible et transformant ainsi une attente potentiellement passive en temps activement mis à profit. Il conviendra donc, dans le traitement de nos résultats d'enquête, de mettre en perspective l'évolution de ce rapport individuel à l'attente festivalière, afin d'appréhender la réalité des pratiques numériques des spectateurs.

Le rapport à l'*exclusivité* de l'œuvre est également plus marqué dans le contexte d'une forme festivalière. Cette démarche implique souvent que les festivaliers visionnent une œuvre avant qu'elle ne soit plus largement diffusée auprès du grand public. Les individus savent ainsi généralement de manière beaucoup plus spécifique ce qu'ils vont visionner dans le cadre d'un festival que dans le cadre d'un autre type d'expérience culturelle non-festivalière. L'usage par les spectateurs d'outils personnels de diffusion numérique questionne, en plus de la notion d'attente, cette notion d'exclusivité. L'accès dérégulé à l'information et aux contenus culturels modifie nécessairement le regard individuel porté sur cette notion, dont l'impact peut se trouver amoindri. Il conviendra donc également de mettre en perspective, dans le volet de l'enquête, l'évolution du rapport individuel à l'exclusivité festivalière.

Il s'agit donc ici de croiser ces particularismes spectatoriels inhérents à la forme festivalière avec ceux inhérents aux dispositifs spécifiques du Festival de Kinotayo. A-t-on affaire, par-delà la dispersion géographique, à une communauté interprétative homogène ou bien à une multiplicité de communautés spectatorielles ? Une maladresse analytique aurait été de prêter théoriquement à chaque individu participant à la manifestation une réflexivité par rapport au festival et à son dispositif. Les premiers pas réalisés sur le terrain de Kinotayo nous ont ainsi mis au contact de spectateurs ne témoignant que peu, voire pas de recul par rapport aux enjeux du festival et à ses dispositifs. Cela nous a conduit, dès le départ, à nuancer grandement l'impact de la déterritorialisation opérée par Kinotayo sur les représentations de ses spectateurs. Comme nous l'avons vu plus tôt, les évolutions numériques conduisent souvent à établir des discours *de la révolution*, tendant à faire abstraction des nuances. La situation observée à Kinotayo nous a poussé, dans de multiples cas, à tempérer « l'excitation » que nous pensions suscitée par la problématique de la dématérialisation. Un certain nombre de spectateurs se sont avérés, en effet, peu concernés par la question du sentiment d'appartenance inhérente au Festival de Kinotayo – ainsi qu'à la forme festivalière au sens large – appréhendant la sélection de films du festival comme ils appréhenderaient une programmation spécialisée et thématique d'une salle de cinéma dite « classique ».

Cette première partie de contextualisation nous a permis de poser les fondements théoriques de notre recherche, fondements sur lesquels notre enquête effective a pu être mise en place et se déployer. Ces jalons maintenant posés, nous allons pouvoir nous plonger véritablement dans les deux volets de l'enquête ayant été réalisée pendant ces trois années de recherche, en commençant par le terrain réalisé dans le cadre de trois éditions du Marché du Film de Cannes : 2009, 2010 et 2011.

PARTIE 2

L'ENQUÊTE ET SES DEUX VOLETS

CHAPITRE 3 : LE SPECTATEUR EN RÉGIME
NUMÉRIQUE FACE À L'ESPACE-TEMPS
FESTIVALIER : ENTRE SPHÈRES COLLECTIVE
ET PRIVÉE, QUELLES HYBRIDATIONS ET
ÉVOLUTIONS DE L'EXPÉRIENCE
FESTIVALIÈRE ?

Sous-titre : le spectateur devenu relai diffusionnel mobile :
pour une approche « micro-festivalière » basée sur le cas
du Marché du Film de Cannes



1. Présentation des protocoles d'enquête 2009, 2010 et 2011

Que désignons-nous ici par la terminologie « approche micro-festivalière » ? L'approche de la forme festival se fait ici avant tout par le truchement de l'usage par les individus des dispositifs numériques de diffusion, personnels mais également mis à disposition par le festival. En nous focalisant sur *ce qu'ils en font*, nous avons pu observer de quelles manières l'individu se constitue en tant que relai diffusionnel et participe à reconfigurer l'entité festivalière en régime numérique. Si nous portons ici notre observation sur l'entité festivalière, c'est donc sous la perspective des *micro-entités* le constituant – les individus – et l'impact qu'elles impulsent, par leurs pratiques et représentations, sur la manifestation et son évolution. L'espace-temps de la forme festivalière ici étudiée étant a priori « traditionnel », sinon spatialement et temporellement homogène, la question de son évolution sous l'angle de la manifestation elle-même ne se posait pas en priorité. La question se posant plus directement était celle de *ce que font* les individus de cet espace-temps, comment ils le font évoluer en lui superposant d'autres types d'espaces et de temporalités non-linéaires.

Nous avons adopté dans le cadre du Festival de Kinotayo, comme nous le verrons dans le deuxième volet de l'enquête, la posture analytique inverse en observant comment les évolutions numériques de la manifestation elle-même influencent les pratiques et représentations des individus la constituant. Il s'agira là de ce que nous appellerons une « approche macro-festivalière », dans la mesure où l'approche se fait par le truchement de la macro-entité qu'est le festival et, dans le cas de Kinotayo, de l'hétérogénéité « non-traditionnelle » de son espace-temps. Il ne s'agira plus de voir ce que les individus *font* à la forme « festival », mais au contraire ce que la forme « festival » *fait* aux individus.

Dans le cas de notre approche du terrain cannois et plus précisément du Marché du Film, l'objectif n'a pas tant été celui d'une analyse de la composition sociale statistiquement précise de ses utilisateurs – logistiquement impossible à mener – que celui d'une tentative de saisir les principales dynamiques et représentations évolutives qui les traversent. Il s'agissait ainsi de voir en quoi les résultats récoltés dans l'enceinte du Marché, auprès d'un échantillon spécifique d'utilisateurs, constituaient ou non un

terreau transversal pouvant s'avérer pertinent au niveau de la forme festivalière dans son acceptation large.

Comme nous l'avons vu dans notre partie consacrée à la contextualisation de l'enquête, deux choses étaient donc vouées à être interrogées dans le cadre de l'enquête ici mise en place. D'une part, les pratiques effectives des individus et/ou institutions face aux évolutions des modes de diffusion et aux reconfigurations de l'espace-temps festivalier qu'elles permettent : usages, fréquence, habitudes, dimension anthropologique (distance à l'écran, répartition dans l'espace de diffusion, rapport évolutif à la taille de l'écran, modalités d'inscription dans le collectif tout en s'aménageant des espaces d'individualisation, etc.), activité spectatorielle en amont et en aval de l'expérience de l'œuvre, modalités d'interaction avec la chaîne cinématographique, etc. D'autre part étaient interrogées les modalités selon lesquelles les individus et/ou institutions reçoivent et intègrent les représentations de ces modes de diffusion, ainsi que les modalités selon lesquelles la symbolique de l'entité festivalière évolue ou non. Il s'agissait alors principalement d'analyser le travail de réflexivité effectué par rapport aux codes d'un mythe positiviste, à l'existence d'une esthétique numérique, aux usages énoncés des modes de diffusion numérique, ou encore aux perspectives collectives et individuelles de l'expérience festivalière.

Il a été nécessaire de mettre en place une démarche d'enquête « hybride » dans le cadre du Marché du Film de Cannes, en raison des contraintes temporelles et de la disponibilité réduite des interrogés. Le protocole se situait à mi-chemin entre l'entretien et le questionnaire, la flexibilité du mode de discussion restant essentielle. L'enquête réalisée au Marché s'est ainsi avérée être une enquête à visée principalement qualitative, mais également « semi-quantitative » comme nous le verrons par exemple dans le cas de l'enquête sur les usages de la plateforme numérique *Cinando*. Nous qualifions ce volet de l'enquête de « semi-quantitatif » car il n'est pas quantitatif au point de fournir à l'analyse une représentativité sur l'ensemble du terrain du Marché et des différents profils d'utilisateurs y évoluant. Toutefois, ce volet nous a fourni des éléments de représentativité sur un échantillon spécifique des utilisateurs du Marché, car les firmes interrogées étaient ainsi toutes des firmes vendeuses petites et moyennes évoluant dans la production de films de genre. Si « semi-quantitatif » est à la base une terminologie

pouvant susciter des interrogations, nous l'avons choisie pour bien spécifier que la représentativité obtenue n'englobe pas l'ensemble de la population constituant notre terrain de recherche.

Le terrain cannois s'est déroulé, dans le cadre de cette recherche, en trois temps. Ces trois temps ont correspondu à trois éditions du Marché du Film : 2009, 2010 et 2011. Le Marché et, plus largement, le Festival de Cannes sont, malgré leur espace-temps relativement homogène, une entité festivalière peu commune de par leur taille et leurs modes de fonctionnement. La première année de présence cannoise a donc été avant tout dédiée à l'observation de dispositifs, comme nous le verrons dans la partie suivante : les différents espaces du Marché du Film et leur déploiement, leurs fonctionnements logistiques, les types et rythmes des interactions inter-personnelles et inter-organismes, les types de complémentarité symbolique et matérielle entretenus avec le Festival de Cannes, etc. Cinq entretiens d'une durée allant de 10 minutes à 35 minutes ont été réalisés avec des spectateurs du Festival, ainsi que de multiples prises de contact au Marché du Film en vue de la préparation du protocole d'enquête de l'année suivante. Ces entretiens avaient avant tout pour but d'affiner notre angle d'analyse et de préciser notre sujet spécifique de recherche qui, s'il s'inscrivait déjà dans un domaine d'étude et un terrain précis, restait à définir dans sa manière d'appréhender notre thématique de départ.

Notre deuxième présence sur le terrain, en 2010, nous a permis d'analyser plus en profondeur le Marché du Film et sa dynamique sociale essentiellement basée sur la concurrence. Environ 10 000 professionnels de l'industrie cinématographique y sont ainsi présents à chacune de ses éditions : la nature de l'essentiel des échanges au sein de la manifestation obéit donc à la logique marketing dite du « B to B », terme désignant l'ensemble des échanges et transactions commerciales entre deux entreprises. Dans la mesure où ils se déroulent entre professionnels d'un secteur d'industrie, ces échanges obéissent à des logiques sensiblement différentes d'un cas de figure « B to C », désignant les échanges entre entreprises et consommateurs non-professionnels. Si les relations « B to C » consistent à vendre de la valeur à des clients à l'initiative de l'entreprise, les relations « B to B » consistent à établir les modalités selon lesquels cette valeur va être vendue. C'est sur la base de ce constat qu'a été mené le principal volet de l'enquête 2010,

dont le compte-rendu est disponible en ANNEXE 3 : l'enquête sur les usages de la plateforme numérique professionnelle *Cinando* et les enjeux qu'un tel outil pose pour un espace-temps festivalier « traditionnel ». Comme nous l'avons vu plus haut, nous qualifions ce volet de « semi-quantitatif » dans la mesure où il a permis, d'une part, d'établir un travail statistique concernant les structures petites et moyennes cohabitant au sein du Marché et, d'autre part, d'interroger les représentations d'un échantillon d'utilisateurs concernant certaines problématiques liées aux usages des dispositifs numériques.

Il est à noter que le Marché du Film, entité très perméable aux fluctuations de l'industrie cinématographique et aux évolutions technologiques et médiatiques, a évolué au cours de notre recherche, d'une édition à l'autre. Il a donc été nécessaire, lors de chacun des trois terrains d'étude réalisés, de recontextualiser le système constitué par le Marché afin de saisir de la manière la plus pertinente possible les enjeux, dynamiques et modes de fonctionnement le traversant. Si le travail d'observation réalisé lors de la première présence en 2009 nous a permis de poser des bases fortes quant à certains fondements de la manifestation étant restés fixes tout le long de cette recherche, 2010 et 2011 ont donc vu un renouvellement du travail de documentation et d'observation en amont des éditions du Marché, mais également directement, notamment lors des premiers jours de présence. Le travail d'observation a donc dû être poursuivi et renouvelé sur l'édition 2010, parallèlement à la partie principale de l'enquête réservée à *Cinando*.

De 2010 à 2011, plusieurs évolutions notables ont pu être constatées. La plateforme professionnelle virtuelle *Cinando* s'est ainsi vu dotée d'une nouvelle application performante adaptée aux *smartphones* et relais numériques des utilisateurs, permettant un accès facilité et prioritaire à l'information à tout moment. Le nombre de films « uploadés » sur la plateforme s'est également vu croître, passant à une totalité de mille œuvres disponibles. Une autre innovation marquant l'édition 2011 est l'initiative *Festivals in focus* qui permet la mise en valeur via réseau numérique, après la tenue d'un festival, d'un certain nombre des films y étant été présentés. Il n'est ainsi plus nécessaire d'assurer une présence individuelle afin de *voir* les films propres à un festival : un professionnel pourra ainsi les visionner dans la foulée de l'événement, dans un espace-temps différent de celui du festival, grâce à un accès personnalisé à une plateforme. Cet

exemple rejoint la thématique, propre à cette recherche, de la dilatation et de la restructuration de l'espace-temps festivalier à travers l'évolution des dispositifs numériques. S'il est désormais possible de s'approprier l'espace et la temporalité des films programmés à un festival, quels sont les facteurs qui, dans ce cadre, vont tout de même inciter un individu à participer physiquement à l'événement ? L'initiative *Festivals in focus*, fonctionnant en logique de *B2B*, est donc destinée aux professionnels de l'industrie cinématographique, et plus particulièrement les distributeurs et programmeurs de festivals. L'année 2011 a également marqué, pour le Marché du Film, l'apparition d'une plateforme numérique concurrente, *Festivalscope*, s'ancrant dans une logique à la fois professionnelle et cinéphilique en proposant le visionnage *online* de films issus de festivals à des professionnels de l'industrie cinématographique – producteurs, distributeurs ou encore réalisateurs. Toutefois, principalement en raison du caractère de nouveauté de *Festivalscope* à un stade très avancé de notre recherche, il a été logistiquement et temporellement impossible d'inclure la plateforme de manière notable dans nos protocoles d'enquête, que ce soit dans ses dimensions de complémentarité ou de concurrence avec la plateforme *Cinando* mise en avant par le Marché. Le questionnement de la potentielle connaissance, voire même des usages, de cette plateforme par les usagers du Marché du Film a été essentiellement informel.

L'édition 2011 fut l'occasion de compléter et préciser l'enquête réalisée en 2010 au sein du Marché du Film et sa thématique, sur la base des évolutions du Marché, de ses dispositifs – autant ceux mis à disposition par la manifestation que les dispositifs individuels – mais également des usages de ces dispositifs par les individus et firmes. Si 19 firmes furent interrogées en 2010, 20 le furent en 2011. Sur ces 20, 17 étaient des firmes communes aux deux années. Sur ces 17 firmes communes aux deux temps de l'enquête, 14 proposaient le même interlocuteur professionnel d'une année sur l'autre.

Il est à noter que, même si le titre de ce volet de l'enquête laisse entendre que notre terrain principal est le Marché du Film, il n'est néanmoins pas le seul. Le terrain du Festival de Cannes a été exploité de manière « secondaire » afin de réaliser, en complémentarité avec les entretiens réalisés sur le terrain du Festival de Kinotayo, des entretiens auprès de spectateurs dits « classiques ». L'enquête cannoise s'est donc

divisée en deux volets principaux articulés autour d'un aspect précis de la variable du statut professionnel :

- L'enquête réalisée dans le cadre du Marché du Film, auprès de professionnels en activité de l'industrie cinématographique basés sur des stands, que nous avons qualifiée de « semi-quantitative »
- Une multitude d'entretiens réalisés avec des spectateurs aux statuts pouvant s'avérer multiples : principalement des spectateurs dits « classiques » du Festival, mais également des professionnels uniquement présents au Marché du Film en tant que spectateurs.

Le statut professionnel des individus constitue une variable socioculturelle d'importance afin d'appréhender la nature de leurs pratiques culturelles. Cette variable figurait bien entendu dans le talon sociologique accompagnant chaque entretien réalisé avec des spectateurs. Dans le cadre des individus évoluant au sein du Marché du Film, comme nous l'avons vu, le statut de professionnels de l'industrie cinématographique constitue une variable essentielle pour appréhender le rapport à une certaine expertise spectatorielle.

Deux échantillons ont donc été construits afin de mener notre enquête. Le premier était en 2010 et 2011 constitué de professionnels « actifs » dans le cadre du Marché du Film et se concentrait sur les stands réservés aux petites et moyennes firmes spécialisées en films de genre, les plus à même de témoigner d'un usage fort des outils mis à leur disposition par l'institution du Marché. Nous avons ainsi pu mettre en place, comme nous le verrons, une approche quantitative concernant la population constituée par l'ensemble de ce type de firmes présentes au Marché. Le deuxième échantillon était quant à lui constitué, lors des trois éditions cannoises étudiées, d'individus s'inscrivant dans une démarche de spectateurs dits « classiques », qu'ils soient rencontrés dans l'enceinte du Marché ou bien qu'il s'agisse de spectateurs accrédités rencontrés sur le site du Festival de Cannes. Les rencontres s'effectuaient la plupart du temps dans les files d'attente pour les projections, devant les lieux de conférences de presse ou tout simplement au hasard de la mobilité des individus. La démarche a alors été exclusivement qualitative en s'ancrant dans un travail par entretiens plus longs.

Contrairement à une démarche par questionnaire, le travail réalisé par ces entretiens semi-directifs a visé à nous permettre de comprendre ce que les individus *sont* par ce qu'ils *font*, par le sens qu'ils accordent eux-mêmes à leurs pratiques et représentations. La démarche a ainsi été plus compréhensive qu'explicative. La grille d'entretien spécifique constituée pour les éditions 2010 et 2011 du Festival de Cannes – l'édition 2009 ayant uniquement été consacrée à un travail exploratoire et étant ainsi beaucoup plus généraliste – est consultable en ANNEXE 1. Il existe une dissymétrie de la réception des modes de diffusion selon les individus : la diffusion des technologies, dispositifs et discours/représentations ne se fait pas de manière uniforme. Toutefois, nous avons postulé, lors de l'élaboration de notre enquête, qu'il existe des traits « transversaux » dépassant la spécificité des profils socioculturels des interrogés. La diversification des profils de spectateurs interrogés, comme nous l'avons vu plus haut, s'est vite avérée être un moyen de mettre cette transversalité en évidence. Il s'agissait donc, à travers l'enquête, de mettre en évidence autant les variables socialement « indépendantes », déterministes – milieu social, niveau de diplôme, etc. – que les variables « dépendantes », en interaction dynamique avec l'environnement. A travers cette démarche, nous avons tenté de mettre en évidence des dynamiques communes traversant les différents types d'usages des dispositifs numériques, nous interrogeant sur les articulations pouvant exister entre les individus, leur environnement et leur rapport à notre objet d'étude.

Comme nous l'avons vu plus haut, cinq entretiens ont été menés en 2009 avec des spectateurs dits « classiques » du Festival de Cannes. En 2010, ce nombre s'élevait à sept, dont trois étaient des individus déjà interrogés sur l'édition 2009, ce qui nous a permis de contextualiser ces entretiens dans une logique de continuité et d'évolution. En 2011, neuf entretiens furent réalisés avec des spectateurs dits « classiques ». Les trois individus communs à 2009 et 2010 furent alors à nouveau interrogés. Il est également à noter qu'un des entretiens fut réalisé avec un spectateur ne venant pas pour le Festival, mais accédant au Marché grâce à son statut professionnel de l'industrie cinématographique, dans une optique entièrement spectatorielle. En tout, 14 spectateurs dits « classiques » furent rencontrés.

Il est à noter, au niveau du traitement des résultats obtenus lors des entretiens, qu'il existe une différence entre l'impact diffusionnel *perçu* et l'impact diffusionnel *nommé*. Selon ce que les individus conçoivent comme légitime ou non, il est courant qu'ils tentent, à travers leurs réponses, de se placer sous une lumière flatteuse aux yeux de l'enquêteur, quitte à déformer la réalité de leurs pratiques ou de leurs représentations. La conduite des entretiens a donc nécessité une vigilance constante afin d'éviter, dans le fil du discours, la naissance de telles dissymétries et comportements individuels.

Il convient de se demander dans quelle mesure les grilles d'entretien élaborées ont évolué d'une année à l'autre. Les entretiens datant de 2009, tant dans le cadre de Cannes que du Festival de Kinotayo, sont un cas spécifique car ils se sont avérés les plus généralistes dans leur approche. S'ils témoignent d'une première appréhension de notre domaine de recherche, ils n'illustrent toutefois pas encore le fil précis de notre sujet et de notre problématique tels que nous les avons formalisés par la suite.

Qu'en est-il toutefois des terrains de recherche effectués en 2010 et 2011 ? Il convient d'ici de distinguer l'enquête réalisée auprès de professionnels de l'industrie cinématographique, dans le cadre du Marché du Film de Cannes, des entretiens réalisés auprès de spectateurs dits « classiques », que ce soit dans le cadre du Festival de Cannes ou même du Marché lui-même – à travers le cas des professionnels s'y rendant simplement pour visionner des films dans une logique de loisir.

L'enquête au sein du Marché du Film s'est employée à questionner les représentations des individus et des organismes auxquels ils appartiennent à travers le prisme d'un outil spécifique, la plateforme numérique *Cinando*. Il convenait donc, entre 2010 et 2011, de mettre à jour les grilles d'entretiens parallèlement aux multiples évolutions de la plateforme. L'industrie cinématographique étant fondée sur une concurrence forte, la maîtrise des outils, qu'ils soient de communication ou de diffusion, et de leurs évolutions s'avère essentielle. Cette enquête se fondant sur un type d'usage spécifique et un environnement très perméable aux évolutions technologiques, les grilles d'entretiens ont donc dû en refléter aux mieux les spécificités évolutives, comme nous pouvons le voir dans les comptes-rendus d'enquête 2010 et 2011 en ANNEXE 3.

Le rythme de cristallisation des évolutions technologiques dans les pratiques et représentations de spectateurs dits « classiques », pris hors d'une logique professionnelle spécifique à l'industrie cinématographique, est toutefois beaucoup plus lent. De plus, les entretiens réalisés avec ce type de spectateurs ne s'attachaient pas à un outil spécifique, aussi représentatif des évolutions numériques puisse-t-il être, mais plutôt aux modalités d'évolution des outils de communication et de diffusion individualisés et de leurs usages au sens large. Les grilles d'entretien ont donc peu été amenées à évoluer entre 2010 et 2011 car ces spectateurs du Festival ont été interrogés d'une manière que nous qualifierons de plus « générique ». Leurs usages n'étant pas interrogés dans le cadre d'un cas spécifique établi par l'enquêteur, comme dans le cas du Marché du Film à travers la plateforme *Cinando*, ils avaient toute liberté d'exprimer la spécificité de leurs usages concernant différentes catégories d'outils.

Le cas des spectateurs dits « classiques » rencontrés dans le cadre du Marché du film, qui comme nous l'avons vu plus haut sont professionnels mais ne s'y rendent pas dans une logique professionnelle, est particulier. En effet, même s'ils s'inscrivent dans une logique non-professionnelle de visionnage, ils possèdent une expertise et un regard spécifiques relevant d'une appartenance à l'industrie cinématographique. Nous verrons, dans le cadre des entretiens, si cette variable affecte leurs pratiques et représentations comparativement à des spectateurs « classiques » non-professionnels.

Cette présentation des différents protocoles cannois et de leur évolution posée, il est maintenant temps de nous pencher sur l'enquête elle-même et ses résultats, en commençant par la première démarche ayant marqué l'enquête sur notre terrain principal : l'observation des dispositifs du Marché du Film. Quelles formes revêt cette manifestation et quelles influences et enjeux ces formes posent-elles à l'activité sociale se déroulant en son sein ?

2. Géographie du Marché du Film de Cannes

Les paliers d'intimité : les dispositifs permettant les relations inter-usagers et la construction de l'implication des spectateurs/acheteurs

Parcourir les allées du Marché du Film de Cannes, au milieu des différents étages, sections et innombrables stands professionnels, est une expérience qui peut au premier abord s'avérer vectrice d'une forte désorientation. Appréhender un espace-temps aussi spécifique que celui-ci nécessite une connaissance des complexes codes sociaux le régissant, mais également des caractéristiques de ce que nous avons appelé sa « géographie », c'est à dire les modalités matérielles de mise en place de ses dispositifs et des interactions les liant. En aucun cas la structuration matérielle d'un espace n'est le fruit d'un hasard : toute organisation, par les intentions la sous-tendant ainsi que ses modalités effectives de réalisation, revêt une ou des significations spécifiques. Dans le cas du Marché du Film, il s'agira aussi bien des espaces et dispositifs mis en place par la manifestation que des manières pour les firmes et usagers d'*incarner* et d'organiser ces espaces et dispositifs mis à leur disposition.

« Ce qui est attendu d'un espace public, ce n'est pas de la mobilité pour de la mobilité, c'est de l'accessibilité, et celle-ci doit être comprise comme une qualité de l'espace, mais aussi du temps. » (Joseph, 1993, p. 399)

Si nous interrogerons ultérieurement le caractère public de l'espace du Marché du Film ainsi que la dimension temporelle du rapport des individus à la manifestation – et plus largement à la forme festivalière, c'est en revanche la notion d'*accessibilité* qui va nous intéresser ici. Aborder le Marché du Film de Cannes a nécessité d'appréhender, avant les interactions le traversant, la nature organisationnelle de ce terrain. C'est cette dernière qui va permettre l'accès des individus aux dispositifs, à l'information, aux œuvres et à leurs interlocuteurs. Cela nous a ainsi conduit à nous demander, dans les premiers temps, comment l'espace est découpé pour favoriser, structurer et conditionner la mobilité des usagers et de leurs échanges.

L'analyse de dispositifs réalisée au sein du Marché du Film en 2009 a permis d'effectuer un premier travail de typologie de l'espace de la manifestation, afin de mieux saisir comment est établie son organisation géographique et symbolique. Le Marché est principalement structuré par la disposition des nombreux stands qui le composent, occupant l'essentiel de son espace. Ces stands, malgré une certaine uniformisation des dispositifs permettant une circulation facilitée dans les allées ainsi formées, revêtent des spécificités pouvant les distinguer les uns des autres. Ils ont ainsi, dans un but de « personnalisation » opérée par toute firme voulant établir une identité appréhendable à un niveau visuel direct, *mis en scène* de manières spécifiques et identifiables. Cinq types esthétiques de stands ont ainsi été observés, auxquels nous avons attribué des terminologies spécifiques :

- Le « box ». Il s'agit là de la forme de stand la plus courante : elle s'articule autour d'un espace restreint, neutre, symboliquement fermé témoignant donc d'un passage direct dans une sphère « intime » d'échanges.
- La « terrasse ». Ce type de stand reproduit les codes visuels d'un espace public neutre, agréable et ouvert. Il comporte une multitude de petites tables rondes, harmonieusement réparties, permettant de s'isoler tout en restant visible aux yeux des usagers parcourant le Marché.
- Le « salon personnel ». Ce dernier reproduit quant à lui les codes visuels d'un espace intérieur confortable, intime et attrayant, souvent agrémenté de plantes vertes et de meubles d'intérieur.
- La « chambre d'étudiant ». Il s'agit là d'un espace plus réduit que la terrasse ou le salon. Il propose une ambiance plus intime et moins neutre, où les couleurs et la disposition des affiches évoquent une attitude passionnée et non « institutionnelle » pour le cinéma.
- Le « fast-food ». Plus rare, de taille moyenne, ce type de stand s'articule autour de codes visuels fonctionnant sur le mode de l'ironie en déclinant l'aspect

« marché » de la manifestation sous une dimension très littérale, confinant presque à une mise en abîme touchant volontairement à l'absurde.



Nous avons donc affaire ici à une structuration claire et précise du rapport des individus à l'échange social et à sa gradation progressive, entre dimension d'intimité et dimension d'*extimité*, telle que théorisée notamment par Laurence Allard. Il est à noter que si ce rapport à l'*extimité* constitue l'une des problématiques principales de l'évolution des relais numériques individuels ainsi que de celle des réseaux sociaux et médias *digitaux* – problématique que nous interrogerons plus tard dans cette recherche à un niveau spectatorielle, c'est de sa dimension strictement matérielle, contenue dans dans un espace-temps homogène, dont il est question dans cette partie.

Les différents types de stands que nous avons vus illustrent donc un rapport très variable à ces dimensions d'intimité et d'*extimité*, chaque firme construisant,

principalement par les dispositifs de ses stands, une *médiation* progressive pour les individus entre la neutralité publique des allées et l'exclusivité inter-personnelle de l'échange. Les firmes et individus élaborant ces dispositifs s'inscrivent ainsi dans des manières très diverses d'appréhender les tensions et complémentarités pouvant exister entre les sphères du collectif et du privé. Nous décelons ici, à travers la gradation des rapports sociaux conditionnée par les dispositifs matériels, ce que nous avons qualifié de *paliers d'intimité*. Plus que l'intimité elle-même, c'est le *processus d'accès* à cette intimité qui est ici construit.

Nous évoquerons rapidement le fait – cette observation ne fait pas partie de notre recherche spécifique mais constitue une potentielle autre approche heuristique de l'entité Marché du Film – que la typologie des stands permet également d'observer, à travers les modalités visuelles d'appropriation de l'espace, un travail notable de *réflexivité* opéré par les firmes, notamment dans les cas de la « chambre d'étudiant » et du « fast-food ». La réflexivité est dans le premier cas, tributaire d'un rapport revendiqué à une forme de culture cinématographique et, dans le second cas, pose un regard présenté comme ironique sur la démarche marchande constituant l'activité même de la firme. Il serait donc pertinent, dans une enquête ultérieure, d'approcher l'entité du Marché par un travail sémiologique d'analyse de l'identité institutionnelle d'un panel de firmes représentatif des typologies de stands que nous avons élaborées – et plus particulièrement les deux mentionnées ci-dessus, afin d'approcher de manière renouvelée les caractéristiques de cette réflexivité. Les discours institutionnels exerçant une influence notable sur les représentations collectives, voire constituant dans certains cas des discours socialement *dominants*, il serait intéressant d'appréhender en quoi ce travail de réflexivité institutionnelle trouve – ou non – un écho dans l'activité réflexive des spectateurs de cinéma en régime numérique – activité spectatorielle dont nous parlerons plus tard, notamment dans la partie réservée à la figure du *méta-spectateur*.

Comme nous l'évoquons plus haut, la structuration des rapports inter-personnels entre usagers par la structuration de l'espace en zones socialement identifiées et identifiables nous a permis d'opérer une première approche de la construction de l'implication des individus en tant que professionnels. Il convient toutefois également d'analyser cette implication des individus en tant que *spectateurs*. Si nous nous pencherons plus

spécifiquement sur ces modalités de création de l'envie spectatorielle dans la partie suivante, il est nécessaire d'ajouter à la typologie des stands évoquée plus haut une *hiérarchisation des écrans de diffusion*.

Les écrans dont nous traitons ici ne recourent ni ceux utilisés à titre individuel ou dans le strict cadre d'échanges inter-personnels, ni ceux utilisés pour des projections collectives en salles obscures, que nous appelons simplement *écrans de cinéma*. Les écrans dont il est ici question, se rapprochant plus d'un format souvent plat de télévision, permettent, dans l'enceinte du Marché du Film, la diffusion de matériel promotionnel sous forme de vidéos : bandes-annonces, extraits, *teasers*, interviews de membres de l'équipe du film en vente, etc. Ils participent donc à une démarche promotionnelle s'appuyant également sur des documents physiques – affiches, *flyers*, brochures, cartes, *merchandising*, etc. – et des documents à l'accès dématérialisé – les fichiers numériques échangeables notamment sur la plateforme *Cinando* et les relais numériques individuels des usagers.

La variable de la *taille* permet d'opérer un premier niveau de hiérarchisation de ces écrans. On peut ainsi souvent distinguer, lorsqu'une firme propose plusieurs écrans, une structuration de cette taille qui se calque sur celle l'organisation du stand et de ses *paliers d'intimité*. Ainsi, dans la totalité des cas observés lorsque plusieurs de ces écrans étaient disposés, ces derniers devenaient plus petits à mesure que l'individu pénétrait « géographiquement » dans la sphère intime du stand et de l'échange marchand.

Nous avons pu également déceler de fortes variations au niveau des *choix de disposition* de ces écrans. Plusieurs configurations ont été observées : murs des stands, promontoires, bureau d'accueil ou encore au fond du stand, proche de l'espace réservé à un isolement propice à l'échange inter-individuel. Par ces choix, on peut noter des *stratégies* d'organisation de l'espace destinées à créer l'envie, chez l'utilisateur, de faire la démarche d'entrer dans l'espace de la firme.

Il convient toutefois de nuancer ces variables sémiologiques, de dimension volontairement stratégique, par une perspective plus circonstancielle. Selon le statut et

la taille des firmes, certains dispositifs ne seront pas le fruit d'un *choix* de structuration de l'espace mais plutôt d'adaptation à des limitations et moyens financiers spécifiques.

Peut-on transposer ces observations – concernant l'implication graduelle des individus en tant que *spectateurs* dans l'espace de la manifestation – de la logique marchande ici observée vers la forme festivalière au sens large ? Le Marché du Film reste bien entendu un cas spécifique : un tel rapport aux écrans dont il est ici question – hors écrans mobiles individuels, donc – peut difficilement être observé dans une ampleur équivalente dans l'espace-temps d'un festival de cinéma « classique ». Toutefois, à défaut d'une ampleur équivalente, des types similaires de *stratégies de construction* de l'envie sont-elles observables dans des contextes autres que le strict contexte cannois ?

Lors d'un entretien réalisé hors de l'enquête consacrée à *Cinando*, nous avons été amenés, lors de l'édition 2011 du Marché, à rencontrer Mathieu, 38 ans, exploitant de cinéma à Toulouse. Ce dernier a utilisé son statut professionnel pour se faire accréditer à la manifestation, mais est présent en tant que spectateur, arpenter le Marché comme il arpenterait n'importe quel autre festival de cinéma, dans une simple optique de plaisir personnel à voir un maximum de films. Mathieu connaît le fonctionnement du Marché et les diverses constructions de l'espace le constituant. Interrogé sur ce possible parallèle avec un espace-temps plus « classique » de festival, il décèle certains points communs.

« D'une certaine manière oui, c'est pareil. La différence de moyens et de technologies employés n'empêche pas qu'au final, c'est pareil. On essaie toujours de faire en sorte que les gens viennent, et une fois qu'ils sont venus, chaque film met en œuvre ses propres stratégies de séduction. C'est un milieu avant tout fondé sur l'envie, la séduction. Que ce soit avec des écrans, du papier, des contenus numériques, quelle que soit la stratégie... Qu'on soit pro ou juste festivalier, au final, on est toujours un spectateur. »

(Mathieu, 38 ans, exploitant de cinéma à Toulouse – 2011)

Nous pouvons donc ici constater, à travers les propos de Mathieu, l'un des aspects nous ayant incité dans cette recherche à rattacher méthodologiquement le Marché du Film à la forme festivalière. Si nous nous pencherons plus précisément dans une partie

ultérieure sur la nature du statut des usagers du Marché, nous allons maintenant voir selon quelles modalités le processus de séduction se structurant autour des œuvres dont il est ici question s'inscrit dans la démarche des usagers en se déclinant sur une multitude de supports.

Déléguer le pouvoir de séduction de l'œuvre

Le Marché du Film de Cannes, envers complémentaire du Festival, est un lieu idéal pour observer, à travers la structuration des échanges entre usagers professionnels de l'industrie cinématographique, l'ambivalence du *désir* des spectateurs de cinéma. Ce désir est en effet fondé sur une double dynamique a priori contradictoire, constituant le fondement de l'expérience cinématographique : quelque part entre une immuabilité des repères et une recherche constante de l'innovation.

Les repères en question relèvent principalement de deux pôles :

- Des repères *génériques*. Il s'agira de repères *internes* à l'œuvre, relevant du respect plus ou moins strict des codes du genre dans lequel s'inscrit le film. Ces codes, esthétiques et narratifs, sont institutionnalisés par l'industrie cinématographique et donc le plus souvent connus du public.
- Des repères *communicationnels*. Il s'agira principalement de repères *externes* à l'œuvre, relevant de la communication établie autour du film afin de susciter chez les publics l'envie d'en faire l'expérience. Ces manières de susciter l'envie spectatorielle s'appuient le plus souvent sur des formats connus auxquels les spectateurs pourront adhérer facilement : la structure des bandes-annonces ou encore les argumentaires et visuels choisis en constituent de bons exemples.

Arpenter les couloirs du Marché, au milieu d'une masse imposante de supports promotionnels de tous types, permet ainsi à l'observateur de s'immerger dans un univers extrêmement codifié. A travers les stands se déploie une immense mosaïque

constituée principalement d'affiches de films de genre, porteuse d'un imaginaire cinématographique obéissant à des règles extrêmement strictes.

C'est toutefois dans le cadre de ce jeu constant sur les codes filmiques que se développe également, à bien des égards, une forte symbolique de l'innovation. Afin de susciter l'envie, les films s'offrant au regard et à la vente se doivent de mettre en avant une spécificité, une « valeur ajoutée » suffisamment importante pour les distinguer du reste de la production cinématographique visible. A ce titre, le Marché du Film de Cannes s'avère être une entité se voulant très perméable aux évolutions technologiques : comme nous l'avons vu à de multiples reprises, des dynamiques telles les évolutions des modes de diffusion numérique, la haute définition ou encore la projection en relief stéréoscopique y sont des enjeux devenus incontournables.

La logique opérant au sein du Marché du Film est, comme son nom l'indique, principalement industrielle. Toutefois, l'objectif y est avant tout de susciter le désir spectatorial de professionnels de l'industrie du cinéma. Ce désir professionnel est, *in fine*, le désir d'investir dans une œuvre. Il s'agit d'une démarche éminemment réflexive où le désir se trouve mis en abîme. Ainsi, la question régissant les activités des usagers au sein du Marché consiste à se demander quels ponts peuvent être bâtis entre le désir d'un individu et celui de « l'autre ». Il s'agit d'un pari sans cesse renouvelé sur ce que cet « autre », le public imaginé, aimera. Cet amour est par définition mouvant, insaisissable, et ce paradoxe apparent, tel qu'illustré par le Marché du Film, se trouve au cœur de l'expérience cinématographique des individus.

C'est à cette croisée des désirs – vécus, projetés et imaginés – que se joue le processus de décision des professionnels parcourant les allées du Marché du Film. Par-delà ce constat demeurent toutefois deux questions d'ordre communicationnel : comment permettre à ces différents désirs de spectateur de se déployer, puis comment opérer une médiation pertinente entre eux ? Créer l'envie spectatorielle pour une œuvre spécifique va nécessiter de faciliter l'accès des individus à cette œuvre, en créant autour d'elle un réseau d'excroissances qui sont autant de *fragments* destinés à séduire le spectateur, à lui donner le désir d'en *voir plus*. L'œuvre va donc déléguer son pouvoir de séduction à toute une batterie de supports différents mais complémentaires. Cette question, au cœur

du marketing cinématographique, s'est complexifiée avec la généralisation des outils numériques, ces derniers redessinant les frontières de l'accès individuel aux œuvres et des industries culturelles.

Comment alors déléguer le pouvoir de séduction d'une œuvre à cette multitude de supports de manière pertinente ? Deux dynamiques principales – et plus spécifiquement encore dans le cas du Marché – sont à prendre en considération :

- Une appréhension pertinente du statut des usagers et de leur rapport au *regard spectatorial*. Il est ainsi nécessaire de comprendre quelles usages les individus vont adopter face aux supports en question.
- Une appréhension de la nature des interactions existant entre les différents types de supports destinés à promouvoir l'œuvre.

Il est à noter que la démarche d'anticipation se trouve au cœur de ces problématiques. Anticiper la pratique d'autrui est une dynamique très forte dans les sphères technologique et culturelle. Les modalités de prise en charge d'une proposition – culturelle et/ou technologique – conditionneront la réception que feront les individus d'un dispositif ou d'une œuvre. La question de ces modalités de prise en charge se trouve donc au cœur de la démarche d'anticipation.

C'est toutefois dans une partie ultérieure consacrée au processus de choix des usagers que nous nous pencherons sur ce qui relève du regard spectatorial des usagers. Ce qui nous intéresse plus spécifiquement ici est la question de la médiation du pouvoir de séduction des œuvres à travers la complexité de multiples dispositifs, dynamique oscillant comme mentionné plus haut entre codes stricts et recherche d'innovation.

Cette question de l'interaction entre le *déjà existant* et l'*innovant* se trouve au cœur même de celle des supports, partagés entre supports dits « traditionnels » et supports numériques. Comme nous l'avons vu en partie précédente, le Marché du Film est un exemple frappant des types d'interactions pouvant exister entre ces différents supports de médiation. Il serait tentant et aisé de s'inscrire dans des discours de rupture et d'y

interpréter une sorte de *transition* d'un régime analogique vers un régime numérique : l'enquête réalisée au Marché du Film nous a toutefois révélé une réalité beaucoup plus nuancée. Cette enquête concernant les usages de la plateforme streaming *Cinando* interrogeait le rapport entretenu, chez les usagers, entre supports dématérialisés et supports physiques.

Interrogés en 2010 sur la possible disparition des *screeners dvd* – supports physiques jusque-là majoritairement utilisés pour l'échange de films ou de documents vidéo – face à l'usage de l'outil *streaming*, qui permet d'accéder via réseau numérique à des fichiers vidéo que l'individu n'a pas besoin de stocker lui-même, les réponses se sont avérées majoritairement positives : sur un échantillon de 19 firmes interrogées, 15 « oui » furent recueillis face à quatre « non ».

Les screeners dvd sont-ils voués à totalement disparaître face à l'usage du streaming ?

(2010)

	Total
Oui	15
Non	4
Sans opinion	0

Il semble donc que nous avons ici affaire à ce qui est perçu, par la plupart des interrogés, comme un phénomène de *rupture* voyant une pratique analogique être, à terme, remplacée par une pratique d'ordre numérique. L'aspect d'efficacité n'est pas à négliger pour les usagers du Marché du Film : les considérations pratiques les poussent à choisir, par-delà leurs envies et goûts individuels, les méthodes les plus rapides et moins coûteuses. Il convient donc de nuancer ce résultat pris isolément.

Si l'on se penche sur la variable « âge des firmes », nous pouvons distinguer, dans les 15 « oui », la totalité des huit firmes créées durant les années 2000, quatre firmes créées pendant les années 1990 ainsi que trois firmes créées antérieurement aux années 1990.

Parmi les quatre « non », deux firmes créées pendant les années 1990 ainsi que deux créées avant cette période.

Variable de l'âge institutionnel

OUI	Total
Création antérieure aux années 1990	3
Création dans les années 1990	4
Création dans les années 2000	8

NON	Total
Création antérieure aux années 1990	2
Création dans les années 1990	2
Création dans les années 2000	0

Comme nous l'avons vu dans nos comptes-rendus d'enquête, il est intéressant de considérer cette variable dans la mesure où – à travers trois grandes périodes charnières pour considérer l'histoire de la diffusion des outils numériques – elle permet d'appréhender la nature des discours institutionnels en rapport à la période durant laquelle la firme en question s'est formée en bâtissant son identité et ses représentations. Les résultats obtenus ici tendent à confirmer, par leurs proportions, la corrélation entre l'âge institutionnel et le taux de perméabilité à la diffusion de dispositifs numériques.

Lors de l'enquête, il fut demandé aux interrogés, lors de cette question, s'ils répondaient au nom de la firme ou à titre personnel. Dans 14 des 19 cas, il nous a été répondu que la réponse était dans les deux cas la même, qu'il s'agisse de simples convergences d'avis ou de cas où les discours se confondaient car l'interrogé était en situation hiérarchique suffisante pour revendiquer une mainmise sur l'entreprise et son identité. Dans les cinq autres cas, les interrogés ont répondu que cette question spécifique concernait uniquement leur activité professionnelle au sein de leur firme de rattachement et qu'ils s'exprimaient uniquement en tant que relai du discours institutionnel.

Sur les 14 individus dont on peut méthodologiquement considérer qu'ils s'expriment à titre individuel, la variable « âge individuel » permet-elle d'aboutir à une même structuration des résultats que celle de l'âge des firmes ? Parmi ces 14 réponses, nous pouvons ainsi distinguer 11 « oui » et trois « non ». Le groupe des « oui » se composait de huit hommes de 25 à 45 ans ainsi que de trois femmes de 25 à 35 ans, tandis que le groupe des « non » se composait de deux hommes de 45 à 55 ans et d'une femme de 38 ans. Les résultats obtenus dessinent donc des dynamiques similaires à la variable de l'âge des firmes traitée plus haut. Il est toutefois délicat de généraliser les résultats obtenus ici à une corrélation objective entre âge – individuel ou institutionnel – et rapport aux dispositifs numériques : la taille de l'échantillon et la variété des profils y étant regroupés rendent impossible une représentativité scientifique à l'ensemble d'une population hors de l'enceinte du Marché du Film¹⁸. Ce qui va nous intéresser, en revanche, est l'apparente contradiction pouvant se déployer au sein de notre échantillon entre la thématique que nous venons de voir et une thématique analogue mais formulée différemment. Nous pouvons ainsi observer, comme nous allons le voir, l'existence de différents régimes de discours et de représentations cohabitant dans une même entité – qu'il s'agisse du Marché du Film, de notre échantillon, d'une firme ou même d'un individu.

Il est à noter que les âges des individus et les âges des firmes, classés par groupes, se recoupent selon des logiques similaires. Ainsi, à titre d'exemple, les trois hommes et l'unique femme de l'échantillon 2010 dont l'âge était supérieur à 45 ans étaient tous les interlocuteurs de firmes créées avant les années 1990.

Si la précédente thématique pouvait donc évoquer – à tort – une dynamique de rupture, la question « Les technologies numériques peuvent-elles remplacer la totalité des dispositifs *traditionnels* du Marché du Film ? » dessine un tout autre tableau. Les volets 2010 et 2011 de l'enquête nous offrent, à ce titre, des proportions similaires dans les réponses des interrogés.

¹⁸ Cet état de fait rend également la variable du sexe des individus difficile à exploiter à un niveau statistique.

*Les technologies numériques peuvent-elles remplacer la totalité des dispositifs
« traditionnels » du Marché du Film ?*

2010

	Total
Oui	2
Non	14
Sans opinion	3

2011

	Total
Oui	3
Non	15
Sans opinion	2

Comme nous l'avons vu dans le compte-rendu d'enquête de 2011, les modifications apportées à l'échantillon entre 2010 et 2011 ne modifient que très peu les proportions concernant les variables d'âge, qu'il s'agisse des âges de firmes ou d'individus¹⁹. Il est intéressant de noter qu'interrogés sur la nature de leur discours, *tous* les interrogés exprimant une opinion ont, sur cette thématique, déclaré que leur discours était à la fois individuel et représentatif du discours institutionnel, sans marquer aucune hésitation. Cette question étant moins ancrée dans un aspect ponctuel et relevant plus d'un rapport global au concept même des technologies numériques, on peut émettre l'hypothèse que le discours est plus fermement établi dans le temps long et donc plus clairement établi.

On peut constater une évolution très faible des résultats entre 2010 et 2011, les proportions restant quasiment les mêmes. La variable « âge des firmes » dessine des résultats sensiblement différents de la précédente thématique. Si nous retrouvons à chaque fois dans les groupes ayant répondu « non » des firmes issues des trois grandes périodes que nous avons distinguées, la composition des « oui », en revanche, tend à

¹⁹ Une interlocutrice supplémentaire fait ainsi son entrée dans l'échantillon 2011 dans la tranche d'âge 30-35 ans.

surprendre. En 2010, les deux « oui » venaient d'une firme issue des années 1990 et d'une autre issue d'une période antérieure, tandis qu'en 2011 les trois « oui » venaient d'une firme issue des années 1990 et de deux firmes créées avant cette période. Nous nous trouvons donc dans un cas de figure allant à l'encontre de la corrélation âge / rapport au numérique évoquée plus haut. Ce qui pourrait être perçu comme les seuls cas de perméabilité « totale » au numérique, aboutissant aux quelques seuls discours de rupture observés, provient paradoxalement des profils institutionnels les plus « vieux ».

La variable de l'âge individuel nuance aussi fortement le type de corrélation vu plus haut. Si, encore une fois, les « non » recourent des profils relevant de toutes les tranches d'âge distinguées dans nos comptes-rendus d'enquête, les « oui » s'avèrent *tous* provenir d'individus entre 40 et 55 ans, plaçant l'évolution des dispositifs numériques dans une perspective quasi prophétique.

Une hypothèse possible serait susceptible de nous faire revenir, malgré tout, à une vision schématique de la corrélation âge / rapport aux outils numériques, telle qu'évoquée plus haut dans le cas des *screeners dvd*. Nous pouvons ainsi postuler que ce pourrait être le manque de la nuance nécessaire dans le regard individuel pour appréhender la réalité des enjeux numériques qui conduit à « extrémiser » cette zone d'inconnu et à raisonner en terme de rupture. Mais cette hypothèse demeure, à ce stade, invérifiable.

Il demeure malgré tout que la substitution hypothétique d'un paradigme numérique à un paradigme analogique ne semble donc pas présente dans la majorité des représentations des interrogés, quel que soit l'âge individuel ou institutionnel considéré. L'interaction structurelle entre les différents types de dispositifs revêt un caractère d'évidence et ce, malgré les logiques d'obsolescence ponctuelle pouvant exister – comme nous l'avons vu dans le cas des *screeners dvd*.

La question de l'interaction des supports de médiation est donc nuancée, l'entrecroisement des supports analogiques et numériques permettant un déploiement communicationnel sans cesse renouvelé. Les supports permettant de déléguer le pouvoir de séduction d'une œuvre interagissent donc dans une complexité aujourd'hui

renouvelée et selon des logiques ne relevant pas de dynamiques simplistes de rupture – la variable de l'âge nous ayant permis d'interroger cette notion de rupture, vécue comme une représentation avant tout *temporelle*.

Un espace semi-public ou semi-privé ?

Nous avons vu qu'au cœur de cette recherche se trouve la problématique de la restructuration et du floutage croissant, à travers l'évolution des pratiques des individus en régime numérique, de l'expérience et de l'interaction entre la sphère collective et la sphère privé, donnant lieu à une remise en question de ce qui constitue la nature d'un espace public en régime numérique. Le Marché du Film, entité extrêmement perméable aux évolutions technologiques conditionnant pour une large part ce floutage des frontières entre dimensions publique et privée, constitue un terrain idéal pour interroger cette problématique.

La complexité de la notion d'espace public n'est bien entendu pas une spécificité du régime numérique. Ainsi, selon Isaac Joseph et à l'envers de modes de pensée schématiques, « un espace public n'est pas nécessairement un espace collectif ou collectivement appropriable » (1993, p. 399). L'auteur distingue dans les espaces publics, marqués avant tout par des phénomènes de circulation et de communication, trois types d'espaces (1993, p. 398) :

- 1) *Ce qu'on pourrait appeler des carrefours consacrés – par exemple la conjonction marché/souk dans le monde arabe, ou encore les abords d'un monument central ;*
- 2) *Des sites à palabre qui sont des substituts à l'espace de proximité perdu, des lieux de rendez-vous dans un espace urbain où le résidentiel a éclaté ;*
- 3) *Des zones qui sont souvent des lieux d'élection de populations marginales, mais qui peuvent être définies plus largement comme des espaces surdéterminés où se*

recouvrent des populations et des activités différentes, ces dernières étant licites ou illicites.

Peut-on, si l'on s'ancre dans la démarche d'interroger le Marché du Film de Cannes comme un espace public, l'identifier à l'un de ces types d'espace ? La segmentation opérée par Joseph s'avère rapidement restrictive, une telle démonstration en trois temps ne permettant en aucun cas de rendre compte de la complexité des différents espaces publics et ce, plus particulièrement encore en régime numérique. Le Marché du Film peut correspondre, dans ce schéma, à des éléments de chaque type d'espace : à la fois carrefour marchand international, lieu de débats ou la « palabre » conditionne la nature et des échanges, mais également espace « surdéterminé » où se concentre tout un pan « marginal » de production cinématographique perçu comme peu légitime. On le voit donc, la définition de Joseph s'avère largement insuffisante pour catégoriser ou même simplement appréhender l'entité que constitue le Marché.

Nous avons au contraire adopté la démarche, afin de mieux saisir dans quelle mesure expériences collective et privée peuvent s'entrecroiser dans un même espace, de discuter la notion d'*espace semi-public* telle que définie notamment par l'analyste Sylvie Thouard. Si une partie de notre démarche vise à montrer comment une vision « traditionnelle » de l'espace public se trouve largement remise en cause par l'essor des pratiques en régime numérique, il convenait méthodologiquement d'interroger le Marché comme, précisément, un tel type d'espace « non-traditionnel ».

La notion d'*espace semi-public* a tout d'abord retenu l'attention de l'analyste dans une perspective strictement terminologique, car semblant correspondre à cette idée un espace a priori public désormais traversé de nombreuses et complexes dynamiques relevant de logiques non publiques. Toutefois, comment cette notion, par-delà sa terminologie, se trouve-t-elle définie ?

Les *espaces semi-publics* peuvent être considérés, au sens où l'entend Thouard, comme des « poches de résistance aux productions industrielles » (2006, p. 59). Le moteur principal de cette *résistance spectatorielle* aux logiques industrielles ne serait pas la consommation d'un produit commercial mais la volonté de faire exister des échanges

sociaux et rencontres entre spectateurs d'une manière renouvelée, notamment grâce aux modes de diffusion individualisés permis par l'évolution des dispositifs numériques. Ces derniers permettent une réappropriation des modes d'expérience collective des œuvres hors des logiques industrielles et institutionnelles officielles, parfois en-dehors même des circuits légaux : on peut notamment mentionner certains modes de téléchargement des œuvres. « Il est tout à fait possible que la multiplication d'espaces semi-publics soit entravée par des questions légales » (Thouard, 2006, p. 61). Les espaces semi-publics, découlant de ces modalités de diffusion inédites mais également des possibilités offertes par les réseaux sociaux numériques, ne relèvent alors à proprement parler ni d'une stricte logique publique, ni d'une stricte logique privée.

Dans ce que Thouard qualifie de « moments liés » (2006, p. 59), nous avons affaire à des cas de figure ou des espaces relevant plutôt d'une logique privée serviront d'espaces de rassemblement à des logiques plus publiques, dans une dimension alternative et hybride. L'auteur mentionne notamment le cas de la création de micro-festivals semi-professionnels, nés des possibilités individuelles offertes par les outils numériques.

Le Marché du Film ne s'inscrit bien entendu pas dans une telle définition, dans la mesure où il relève d'une visée principalement et ouvertement industrielle, ancrée dans un tissu économique à la logique stricte. L'apport théorique de Sylvie Thouard s'ancre dans une autre logique et des types de situations socialement spécifiques. Aussi pertinent soit cet apport, il serait restrictif de voir la terminologie « semi-public » rester cantonnée à un cas de figure si spécifique, dans la mesure où elle semble pouvoir s'appliquer à une réalité sociale beaucoup plus large, englobant notre propre appréhension de l'espace que constitue le Marché du Film.

Le Marché est en effet, comme nous l'avons vu, traversé en régime numérique de dynamiques individuelles et collectives évolutives, redessinant de manière croissante les frontières traditionnelles existant entre les sphères du collectif et du privé. L'évolution des dispositifs – et donc des formes festivalières – est largement tributaire de l'évolution des modèles économiques. Il serait alors pertinent d'analyser en quoi une logique semi-publique, autre que celle décrite par Sylvie Thouard, peut y être observée et exerce une influence sur les comportements individuels et collectifs s'y déployant. Il

va donc s'agir ici de dépasser la définition que nous avons vue plus haut afin d'en proposer une autre, plus adaptée à l'ensemble des problématiques privé/public en régime numérique et à l'approche analytique plus spécifique de nos terrains.

Nous avons émis l'hypothèse, dans la première partie de cette recherche, que l'usage des outils numériques permet une multiplication de plus en plus complexe des *zones d'individualisation* en situation collective, notamment à travers le développement des relais individuels numériques. Quelle réalité évolutive est-il possible de distinguer pour ces zones dont il est ici question ? Nous nous pencherons plus spécifiquement sur cette interrogation dans sa dimension *mobile* dans la partie consacrée à ce que nous avons nommée « cosmogonies spectatoriennes numériques », tandis que nous verrons plus en détail ce qui relève de la dimension *fixe* de cette individualisation lorsque nous analyserons les dispositifs du *Short Film Corner*. Il va toutefois s'agir ici de se pencher sur la *manière* dont nous allons nous approprier analytiquement l'idée d'une logique semi-publique.



Nous avons pris le parti d'appréhender la notion de *semi-public*, indépendamment de l'apport théorique de Sylvie Thouard, comme pouvant se déployer dans n'importe quel type d'espace considéré à la base comme un espace public. L'espace semi-public ne serait alors pas un troisième type alternatif d'espace, distinct des strictes sphères privées et collectives considérées dans une perspective « traditionnelle », mais bien une distorsion de ces sphères à travers les possibilités évolutives offertes notamment par les dispositifs numériques. Si Thouard se situait dans l'optique d'un type d'espace résolument « nouveau » et distinct de la structuration des segmentations sociales existant jusqu'alors, nous nous situons au contraire, conformément à notre remise en question des logiques de rupture et de nouveauté, dans une optique de restructuration de l'existant. L'idée d'un espace semi-public va alors désigner, plus que l'espace lui-même « objectivement » considéré, les dynamiques que les logiques individuelles se déployant en son sein vont lui imprimer.

Notre approche désigne donc une réalité d'évolution des espaces publics où une expérience discursive transversale, transcendant les frontières physiques de cet espace, devient primordiale. La notion de *semi-public* telle que nous la concevons ici, si elle n'est pas tributaire des logiques institutionnelles et industrielles dominantes, ne revêt alors pas nécessairement un caractère « d'envers » à ces logiques. Les modalités de restructuration des espaces sont bien entendu, dans une certaine mesure, conditionnées par l'offre industrielle « officielle » : les outils utilisés individuellement sont issus d'une traditionnelle logique d'offre du marché. Toutefois, si l'accès à ces outils est conditionné, leur usage reste approprié dans une perspective beaucoup plus flexible et, donc, transversale, complexifiant l'expérience faite du collectif.

Interrogé en 2011 lors d'un entretien sur cette manière multidimensionnelle d'expérimenter un espace, Mathieu, l'exploitant de cinéma déjà mentionné dans une partie précédente, va dans le sens de cette transversalité :

« C'est sûr que les Smartphones et tout ça, ça change radicalement les manières de faire. Les moments où j'utilise trop le mien, quand je poste beaucoup sur mon compte *twitter* par exemple, je me prends au jeu et au bout d'un moment j'ai presque l'impression de ne plus vraiment être ici. Dans

ces cas là j'ai presque l'impression de me réveiller soudainement, ça me gêne, c'est comme si j'avais une limite au-delà de laquelle la réalité se brouille. Mes amis qui utilisent pas mal le numérique, c'est pareil. Mais bon, c'est comme tout, il faut savoir doser. »

(Mathieu, 38 ans, exploitant de cinéma à Toulouse – 2011)

Si la logique marchande opérant au sein du Marché rend cette logique transversale inévitable et obligatoire – tout usager ayant constamment accès à des relais numériques fixes ou mobile, il est intéressant de noter que, sur les 14 spectateurs cannois avec lesquels nous avons réalisés des entretiens hors de l'enquête spécifique au Marché du Film, 11 possèdent des relais numériques individuels dont il font un usage courant – mails, textos, réseaux sociaux *online* tels *Facebook* et *Twitter*, etc. Les entretiens réalisés dans le cadre de l'enquête au Festival Kinotayo, comme nous le verrons, dessinent un tableau similaire. Cette activité de communication écrite, pouvant revêtir de nombreuses formes, favorise avant tout une dimension de *rencontre* : entre spectateurs, spectateurs et œuvres, acteurs de l'industrie, etc. La logique semi-publique telle que nous l'avons énoncée s'étend donc bien au-delà de la sphère professionnelle et/ou marchande, s'inscrivant dans les usages des festivaliers, spectateurs et individus au sens large.

C'est ainsi, dans cette dimension d'hybridation non incompatible avec les logiques industrielles du Marché, que nous appréhenderons l'espace de la manifestation au cours cette étude. Les enjeux de la *géographie* du Marché du Film une fois posés, il s'avère nécessaire d'appréhender les entités qui le parcourent : les usagers.

3. Usagers, vendeurs, acheteurs, médiateurs... Spectateurs.

Le processus de choix des usagers/médiateurs : modalités et influences des dispositifs numériques

Dans un environnement aussi ancré dans des considérations marchandes et industrielles que le Marché du Film, il convient de se pencher attentivement sur le statut des usagers le parcourant et, ainsi, de se demander quelles sont dans cet espace-temps les modalités de l'être *spectateur*.

Comme nous l'avons vu dans la partie consacrée à la délégation du pouvoir de séduction de l'œuvre, au cœur de la démarche des usagers de la manifestation se trouve un acte de projection consistant à imaginer de la manière la plus précise possible ce que le public potentiel d'une œuvre aimera ou non. Qu'appelons-nous ici exactement *projection spectatorielle* ? Il s'agira d'une démarche permettant aux usagers de contextualiser leur expérience de l'œuvre et ainsi de l'objectiver. En transcendant l'œuvre de cette manière, l'individu peut s'extirper de ses propres considérations esthétiques et projeter son expérience vécue sur un *public imaginé*.

Ainsi, le processus d'échange, de décision ou encore d'achat / vente d'un film trouve sa source dans une double dynamique a priori contradictoire dont chaque usager professionnel fait l'expérience :

- Une *envie spectatorielle* individuelle, à la fois esthétique et émotionnelle. Il s'agira de la sphère subjective et sensible du regard spectatorial que chacun porte spontanément sur une œuvre. L'individu se demande alors *ce qui lui plait*.
- Une construction du public potentiel de l'œuvre. Il s'agira de la démarche d'*objectivisation* de l'expérience du film, dont la réception est désormais pensée en terme collectif. Les publics sont alors imaginés à travers un travail de *projection spectatorielle* que chaque professionnel effectue comme évoqué plus

haut, pouvant être complété par une étude de marché. L'individu se demande alors *ce qui plait aux autres*.

Il est parfois délicat d'appréhender la multiplicité des statuts que revêtent les usagers du Marché du Film. Il s'agit là d'un des premiers obstacles que nous avons rencontrés : construire méthodologiquement la diversité de la population du Marché, entre les acheteurs, vendeurs, représentants, producteurs, réalisateurs, diffuseurs, distributeurs, médiateurs entre la sphère de production et les publics de cinéma, spectateurs « classiques », journalistes, universitaires, etc. Nous avons vu comment nous avons construit la spécificité de notre enquête consacrée aux usages du numérique et plus particulièrement de la plateforme *Cinando*. Toutefois, est-il possible, en mettant de côté les profils que nous qualifierons de « périphériques » – journalistes, universitaires, etc. – d'appréhender de manière transversale la multiplicité des statuts professionnels ?

Nous avons pris le parti de déceler cette transversalité dans leur statut avant tout *spectatoriel*. C'est à travers la double dynamique mentionnée plus haut que l'on peut appréhender cette commune dimension spectatorielle des usagers. La construction des publics, processus à la base du fonctionnement de l'industrie cinématographique, prend ainsi sa source dans ce ressenti individuel de l'œuvre, souvent accompagné d'une première interaction effective avec une dimension collective : ce sera le cas dans les multiples salles de projection du Marché.

Sur ce dernier point, Mathieu, le professionnel présent au Marché en tant que spectateur « classique »²⁰, évoque l'importance de cette première approche d'un public :

« (Rires) Oui, carrément. Souvent pendant les projections du Marché je jette des coups d'œil aux gens autour de moi, il y en a pas mal qui sont là avec leurs calepins, ils prennent autant des notes sur le film que sur ceux qui sont en train de le regarder. C'est assez comique ces gens qui s'épient les uns les autres pour voir leurs réactions. En même temps c'est important, c'est un film qu'ils vont peut être acheter, ils prennent un risque, donc ils aiment se

²⁰ Il est ainsi le seul de nos interrogés à constituer un pont entre les professionnels en activité du Marché et les spectateurs du Festival, constituant une sorte de *spectateur expert* tant dans une dimension esthétique qu'industrielle.

rassurer en regardant comment les gens réagissent. Même moi ça m'arrive. Je suis exploitant, donc bon, la manière dont les publics réagissent c'est aussi super important pour moi, et on ne sait jamais, certains des films présentés ici peuvent très bien terminer en salles. »

(Mathieu, 38 ans, exploitant de cinéma à Toulouse – 2011)

Cette activité réflexive semble donc se trouver au cœur de l'activité des professionnels de l'industrie cinématographique²¹. Nous avons vu comment ce processus de choix s'inscrit dans l'expérience individuelle des usagers. Comment s'articule-t-il toutefois avec la réalité évolutive des dispositifs numériques, outils servant de manière exponentielle de supports à ce processus ?

Emilie a 24 ans et est étudiante en Master 2 de sociologie à Toulouse. Elle travaille au *Short Film Corner* du Marché du Film, section réservée aux courts-métrages. Elle y est chargée d'accueil aux *Mini Screening Rooms*, salles collectives de diffusion que les réalisateurs et producteurs peuvent réserver afin de montrer leurs œuvres à des groupes d'une dizaine d'individu dans des conditions de projection cinématographique « classiques » et de bonne qualité. Dans un entretien réalisé en 2010, Emilie évoque l'influence de la symbolique technologique sur les démarches des individus présents au Marché du Film :

« Souvent, en fait, on a des gens qui viennent et, même s'il s'agit d'un petit film, ils vont nous demander « Est-ce qu'on peut le diffuser en HD ou en Full HD ? », plein de questions comme ça de plus en plus techniques, alors que même eux n'y connaissent pas forcément grand chose, mais c'est par rapport en fait à ce qu'ils entendent à la TV, ce qu'ils ont lu, et le fait que, comme ça, à travers les médias des outils comme la 3D se démocratisent de plus en plus. Eux vont répéter des mots en fait et vouloir le plus de qualité possible pour leur film. »

(Emilie, 24 ans, étudiante à Toulouse – Employée au *Short Film Corner* du Marché du Film de Cannes – 2010)

²¹ Il est à noter que nous en verrons les caractéristiques dans le contexte de spectateurs dits « classiques » du Festival dans la partie réservée au régime du méta-spectateur.

Si différents aspects de l'influence effective des dispositifs numériques sur l'expérience des œuvres et de la forme festivalière constitueront le cœur de la suite de cette recherche, il est ici intéressant de constater qu'avant cette effectivité se déploie un important *impact symbolique*. Est ici mis en évidence l'impact des rhétoriques médiatiques accompagnant les évolutions technologiques, dont il a été question dans notre partie de contextualisation. Avant l'effectivité du dispositif est avant tout recherché son impact en terme de représentations, d'imaginaire collectif, d'autant plus dans un environnement aussi concurrentiel que celui du Marché. La part de domination symbolique résidant au cœur des échanges que nous étudions ici comporte ainsi un volet technologique d'importance.

Nous avons vu comment le processus de médiation au cœur de l'activité des usagers du Marché s'articule autour de leur dimension spectatorielle et en quoi une part de symbolique technologique s'inscrit dans ce processus : il va autant s'agir de s'interroger sur ce que l'autre *va aimer* que sur ce cet autre *va avoir l'impression d'aimer*. Toutefois, quels effets les évolutions numériques produisent-elles sur les manières pour les usagers d'expérimenter cette notion même de médiation ?

Les usagers du Marché du Film : du médiateur public au public médiateur

Les usagers du Marché du Film sont-ils des professionnels instrumentalisant leurs pratiques spectatorielles ou des spectateurs développant un regard réflexif exacerbé ? Derrière ce questionnement volontairement schématique et réducteur sur la place accordée aux différents statuts coexistant chez un même individu se pose la question de l'évolution des différentes expressions identitaires permise par les dispositifs numériques.

Dans quelle mesure qualifions-nous les usagers du Marché de *médiateurs* ? Par leur place dans la chaîne cinématographique, les acheteurs et vendeurs vont conditionner la manière dont le travail effectué dans la sphère de production va être diffusé auprès des

publics. Les films correspondent à des produits discursifs, c'est pour cela que de multiples auteurs ont parlé, au sujet des spectateurs de cinéma, de *communautés interprétatives*. C'est à la fois entre et au sein de ces communautés que se déploie la notion de médiation.

Peut-on rapprocher la notion de médiation présente chez les usagers du Marché du concept de « public médiateur » tel que théorisé notamment par Emmanuel Ethis concernant le Festival d'Avignon ? La notion de médiation ainsi développée revêtait une forme pyramidale, chaque individu faisant l'expérience du festival et accumulant des connaissances gagnant alors le statut d'*expert prescripteur* dans ses propres sphères de sociabilité.

« En effet, (...) Avignon – et on pourrait en dire autant du festival de Cannes que nous avons également étudié sous cet aspect – joue un rôle de médiation en ce qu'il permet à ceux qui le fréquentent de jouer pleinement leur rôle de futurs prescripteurs culturels dans leur cercle de sociabilité respectif » (Ethis, in Donnat & Tolila, 2003, p. 194)

La notion de médiation ici considérée est différente en cela qu'elle ne relève plus de la stricte sphère privée, cette dernière obéissant à des logiques de démocratisation d'un savoir culturel ou au contraire à des processus de domination symbolique. Elle s'inscrit ici au contraire dans les réseaux officiels de diffusion, industriels et médiatiques, et obéit à un arbitraire de l'échange marchand, même si ce dernier peut la plupart du temps trouver sa source, comme nous l'avons vu, dans une envie spectatorielle individuelle de partage de l'expérience.

Il y a ici chez les usagers une sorte de complémentarité entre deux pôles pourtant très différents : leur dimension spectatorielle et leur « réserve professionnelle ». Si les usagers basent leur processus professionnel de décision sur un regard spectatorial individuel, ce regard est bien vite amené à être dépassé. La logique économique ne permet pas à ces deux statuts de coexister. Toutefois, peut-on observer une évolution des modalités selon lesquelles les technologies numériques exacerbent la part du spectateur chez les médiateurs professionnels de la chaîne cinématographique,

permettant ainsi une relative coexistence des deux statuts ? En d'autres mots, peut-on observer chez les usagers une évolution des manières d'être spectateurs sans entrer en contradiction avec la « réserve professionnelle » ?

Sont donc interrogées les identités dites « traditionnelles » des professionnels ici étudiés auxquelles se substituent des formes identitaires reconfigurées et évolutives. « Un des effets des TIC est la démassification partielle des flux : il est possible de trouver dans une masse de personnes celles qui partagent avec moi tel ou tel intérêt » (Amar, 2010, p. 110). Ce que l'auteur soulève ici est le recul progressif des structures traditionnelles de sociabilité, relevant d'une prise d'information inter-individuelle souvent linéaire et graduelle. Les réseaux sociaux numériques permettent au contraire un ciblage beaucoup plus rapide et précis des échanges sociaux. Est-il alors possible de postuler que ce type de ciblage, permettant une optimisation de la nature et de la temporalité des différents types d'échanges sociaux, laisse une latitude élargie à l'aspect multidimensionnel des identités individuelles ?

Il n'a pas été possible de développer ce questionnement dans la partie statistique de notre enquête au Marché du Film : les professionnels interrogés étant dans l'ensemble peu disponibles, il a été nécessaire de spécifier de manière très précise les thématiques et de rester attaché en toutes circonstances à la problématique de départ. Il est toutefois à mentionner que ce peu de disponibilité n'étant pas observable chez tous les usagers, il nous a été possible de mener en 2011 un entretien supplémentaire plus long avec l'un de nos interrogés : Alexandre, 32 ans, chargé de communication et de diffusion pour une firme cinématographique française de distribution faisant partie de notre échantillon d'analyse. Cet entretien étant réalisé hors des logiques inhérentes à notre enquête portant sur la plateforme streaming *Cinando*, la question de la nature du discours ne se posait plus : Alexandre s'exprimait, bien qu'en tant que professionnel, à titre individuel et non en tant que relai d'un discours institutionnel.

Le profil d'Alexandre obéit, dans le cadre de cette recherche, à une logique similaire à celui de Mathieu, l'exploitant de cinéma déjà mentionné à de multiples reprises, au niveau du double aspect identitaire dont ils témoignent : leur identité de spectateurs de cinéma mais également leur statut de professionnels de l'industrie cinématographique,

leur conférant comme nous l'avons vu une expertise à la fois esthétique et industrielle supérieure à la moyenne. Toutefois, une différence notable est à observer concernant la nature de ce statut professionnel, celui de Mathieu se déployant hors des logiques du Marché – même s'il y est présent en tant que spectateur, tandis que celui d'Alexandre se déploie dans l'espace-temps de cette manifestation et son rapport très spécifique aux évolutions numériques, l'ancrant ainsi plus directement dans notre terrain de recherche principal. Son expérience individuelle dans le cadre du Marché, à la fois professionnelle et spectatorielle, a été l'une des thématiques principales de cet entretien. Interrogé sur les différentes facettes identitaires qu'il illustre en tant que professionnel, Alexandre évoque l'évolution des modalités d'expression en régime numérique :

« Ben déjà je suis assez jeune dans le métier, donc à ce niveau je n'ai pas connu la période avant le numérique, donc je peux pas vraiment dire comment c'était avant autrement que comme j'en ai entendu parler. Mais concernant les manières de faire aujourd'hui... (pause) C'est sûr que la réserve professionnelle, c'est un truc qui reste essentiel. On est pas ici pour juste dire ce que perso on aime ou aime pas, ça les gens s'en foutent généralement, les échanges se jouent à un autre niveau. Mais c'est vrai que par-delà le business, souvent ça démange de parler des films juste sur le plan des goûts perso. On n'est pas dans ce métier pour rien en même temps, il y a quand même quelques cinéphiles parmi nous (rires). Et Internet, les Smartphones, les réseaux sociaux, tout ça, ça permet d'exprimer tout ça et de libérer ce trop-plein, presque de mener une existence parallèle au Marché tout en restant ici. Il y a vraiment ces deux mondes qui coexistent. »

(Alexandre, 32 ans, chargé de communication et de diffusion pour une firme cinématographique française de distribution – Membre de l'échantillon 2011 de professionnels en activité du Marché du Film)

Alexandre illustre ici la dimension élargie des expressions identitaires opérée par l'usage des outils numériques. La coexistence d'un nombre croissant d'espaces et de niveaux de communication permet d'accéder à des modalités plus multidimensionnelles d'expression identitaire. Si les informations et opinions communiquées ne se déploient pas dans un même espace, cette multidimensionnalité de l'expression identitaire reste

pour l'individu une réalité dans un espace-temps spécifique. Si les informations émises par Alexandre ne sont pas diffusées dans des logiques et endroits identiques, la démarche effective d'expression de ces différentes facettes l'implique en tant qu'individu présent dans l'espace-temps spécifique du Marché du Film. Nous avons donc ici affaire à une double logique : celle de l'information diffusée, spatialement multiple, et celle de la démarche expressive individuelle, spatialement spécifique à l'individu.

Alexandre nuance toutefois un aspect de cette polarisation établie :

« Bon bien sûr c'est pas aussi schématique, à la base du business il y a aussi une dimension de goûts personnels, les pros sont aussi là à se conseiller quoi voir sur la base de ce sur quoi ils ont flashé, ou au contraire à vouloir être les premiers sur un film qu'ils trouvent génial. Après, les goûts perso et les goûts potentiels du public ne sont pas forcément incompatibles de toute manière, on peut parfois adorer un film, être persuadé qu'il va plaire à beaucoup de gens et s'avérer avoir raison. L'image du businessman froid qui fait juste des calculs et des études de marché, ça existe, mais c'est loin de n'être que ça. »

(Alexandre, 32 ans, chargé de communication et de diffusion pour une firme cinématographique française de distribution – Membre de l'échantillon 2011 de professionnels en activité du Marché du Film)

On retrouve ici la dimension spectatorielle se trouvant à la base de la démarche de projection spectatorielle, telle qu'évoquée précédemment. Nous avons vu en quoi la multidimensionnalité des expressions identitaires se trouve accrue en régime numérique. Il convient alors de se demander si cette multiplicité des perspectives exerce une influence sur ce processus de projection. Dans quelle mesure peut-on, chez les professionnels considérés dans le cadre du Marché du Film, observer l'existence et la structuration de différents niveaux de réception ?

Il est aisé d'imaginer que les allées du Marché du Film de Cannes sont parcourues exclusivement par des professionnels « en activité » : vendeurs, acheteurs, distributeurs, réalisateurs ou encore producteurs. Or, évoluer au sein de la population constituant la manifestation révèle rapidement à l'observateur une variété insoupçonnée de profils. Mathieu, rencontré lors de l'édition 2011 de la manifestation comme nous l'avons vu précédemment dans cette recherche, est un exploitant de cinéma qui s'est décidé « au dernier moment » pour venir à Cannes. Il a négocié, grâce à son statut de professionnel, un accès au Marché auprès du bureau des accréditations tardives et restera cinq jours sur place. Son objectif est de voir un maximum de films. Pas pour acheter ou vendre, mais pour son seul plaisir de spectateur.

Le Marché du Film constitue ainsi, pour une multitude d'individus s'ancrant dans une démarche similaire à Mathieu, un véritable festival au sein du festival. Il est le lieu d'une cinéphilie « bis », pour une bonne part axée sur des œuvres de genre extrêmement codifiées, issues d'un pan de production cinématographique souvent considéré comme peu légitime. Beaucoup des films présentés dans les salles de diffusion du Marché, parfois non finalisés et cherchant des acheteurs ou des investisseurs, ne trouveront pas la voie des salles ou même d'une exploitation vidéo. Cet aspect de la production cinématographique non connue du grand public est ce qui fascine Mathieu en premier lieu. Il cherche, selon ses propres dires, à « y trouver des pépites ».

Ce rapport à l'exclusivité, cette sensation d'être l'un des premiers mais, peut être également, l'un des derniers spectateurs d'un film, dessine les contours d'un rapport particulièrement intime aux œuvres. C'est dans ce lieu méconnu de cinéphilie qu'est le Marché du Film, où se côtoient d'innombrables espoirs, que se déploient aussi des amours cinématographiques intenses et fugaces. Le cas de Mathieu nous montre ainsi que coexistent au sein du Marché du Film, en plus de nombreux profils d'individus, de nombreux *niveaux de réception* des œuvres. Qu'en est-il des professionnels en activité considérés dans notre principal protocole d'enquête, particulièrement au vu de ce que nous avons établi concernant la multidimensionnalité croissante de leurs expressions

identitaires ? Peut-on distinguer plusieurs dynamiques et paliers menant jusqu'à un niveau de réception professionnelle « optimale » ?

Tout comme, dans une partie précédente, nous avons parlé de *paliers d'intimité*, il convient maintenant de parler de la notion de *paliers de réception*. Ces deux types de gradation constituent les deux faces d'une même pièce, l'un conditionnant l'autre. Dans un cas, il va s'agir de graduer l'accès aux interlocuteurs, accessibles à de multiples niveaux de discours et de signification en fonction de la démarche, du statut et des intentions de l'utilisateur allant à leur rencontre. Dans l'autre cas, il va s'agir de graduer l'accès aux œuvres d'une manière telle qu'un regard professionnel spécifique, débouchant idéalement sur une décision vectrice d'une viabilité économique, va être construit. Ces deux types de paliers constituent le cœur de l'activité régnant au sein du Marché du Film.

Cette thématique des paliers de réception se situant dans la continuité du questionnement de notre partie précédente, portant sur l'aspect multidimensionnel de la réception dite « professionnelle », elle s'est ainsi également vue traitée avec Alexandre, notre interrogé professionnel en activité au Marché. Nous lui avons demandé comment se construit, sur la base de toutes ces manières de voir un film et de construire une communication, un *regard* professionnel.

« Différentes manières de voir des films en tant que professionnel ? (longue pause) Je crois que oui. Il n'y a pas forcément une manière unique de fonctionner quand on est pro et qu'on doit faire des choix pour acheter ou vendre des films. Mais oui en tout cas, ce n'est jamais un coup de tête, le processus de décision c'est toujours plusieurs phases. Quand je disais que les goûts personnels et les goûts du public ne sont pas forcément incompatibles, c'est vrai, mais à un certain niveau on va toujours se poser cette question du public, se demander ce qu'il va aimer, donc à un certain niveau on calcule toujours. Mais c'est normal en même temps, il y a de l'argent impliqué, on veut être sûr de prendre une bonne décision. On va essayer de se mettre à la place de tout le monde. Mais au final, il n'y a pas de formule toute faite, chaque décision c'est un pari, ça tient de l'instinct. »

(Alexandre, 32 ans, chargé de communication et de diffusion pour une firme cinématographique française de distribution – Membre de l'échantillon 2011 de professionnels en activité du Marché du Film)

Il est donc délicat, au vu de l'entretien mené avec Alexandre, d'identifier des *paliers de réception* précis et généralisables dans la démarche professionnelle. Le regard spectatorial et le regard professionnel, loin d'être exclusifs, s'altèrent au contraire l'un l'autre et s'entre-nourrissent selon des modalités propres à chaque individu et à ses différentes facettes identitaires. Parler de « réception professionnelle optimale » relève ainsi presque d'un non-sens dans la mesure où l'activité des usagers relève d'un pari constant et renouvelé sur l'inconnu, sur des spectateurs imaginés. C'est ce qu'Alexandre désigne par l'idée « d'instinct » : cette zone non objectivable de l'activité professionnelle ici étudiée, qu'il est donc particulièrement difficile d'interroger sous une perspective scientifique. Cette recherche n'étant pas un exercice en sociologie de l'incertitude entrepreneuriale et au vu des obstacles ayant marqué nos protocoles d'enquête, nous ne nous sommes pas focalisés sur cette thématique en-dehors de notre entretien avec Alexandre. Ce qui nous intéresse ici est surtout cette mise à niveau égal des regards professionnel et spectatorial se déployant dans une étroite interaction.

Il est également nécessaire de se demander si l'on peut observer, par-delà la question des paliers professionnels de réception, des *paliers d'expression* à un niveau spectatorial plus individuel. Nous avons vu dans la partie précédente qu'Alexandre déploie ses différentes facettes identitaires dans différents espaces, physiques ou numériques. On peut alors se demander à quel statut notre interrogé donne personnellement le plus d'importance dans le cadre de sa présence du Marché : celui de spectateur expert s'exprimant principalement via réseaux numériques ou celui de professionnel évoluant dans des logiques avant tout économiques. Alexandre nuance ce questionnement volontairement schématique en s'inscrivant dans une manière plus flexible et graduelle de considérer les choses.

« (Hésite) Bien sûr, ce n'est pas juste l'un ou l'autre. Je suis avant tout un professionnel présent au Marché pour des trucs bien précis, mais prendre le temps de s'exprimer comme cinéophile sur Internet, c'est pas contradictoire

avec ce que je fais ici. Comme on a dit, les goûts personnels des pros sont aussi importants dans la manière dont les échanges vont se faire, donc bon... Interagir sur Internet, ça va aussi permettre de faire tourner les opinions, récupérer du feedback, y voir plus clair. Donc ça alimente le boulot qu'on fait ici. C'est sain. Il n'y a pas d'un côté le boulot froid et calculateur, et de l'autre le côté passion cinéphilique déconnectée du business. Les deux, c'est de l'interaction, de manière constante. Enfin je veux dire, ça ne date pas du numérique, c'est un truc complexe qui date de bien avant, mais le numérique le rend plus évident je crois. »

(Alexandre, 32 ans, chargé de communication et de diffusion pour une firme cinématographique française de distribution – Membre de l'échantillon 2011 de professionnels en activité du Marché du Film)

Ici revient l'idée qu'il est impossible d'identifier *une* typologie de paliers : la complexe interaction des différents niveaux d'expression permet à la spécificité de chaque individu de se déployer. On constate ici qu'il est plus que jamais difficile, en régime numérique, de définir les contours précis d'un *système*, en l'occurrence ici celui du Marché du Film tel que nous l'avons évoqué dans la partie de contextualisation de cette recherche. Il serait aisé de postuler qu'il dépasse, par bien des aspects, le strict espace-temps de la manifestation en se déployant notamment via Internet. Toutefois, cela reviendrait à considérer ce dernier comme une excroissance et non comme un système à part entière. Or, l'outil Internet constituant lui-même un système multidimensionnel aux innombrables ramifications, il semble plus pertinent de parler, à l'envers d'une logique de croissance exponentielle d'un seul système, de zones d'interactions plus nombreuses et complexes entre systèmes multiples. Les *passages* d'un système à l'autre se font plus rapides et aisés, transcendant les traditionnelles barrières spatiales avec une ampleur inédite, les individus pouvant ainsi déployer des activités communicationnelles

Un dernier point va nous intéresser dans notre approche multidimensionnelle des usagers du Marché du Film : il s'agit du rapport à l'exclusivité et à la valorisation observable dans les échanges entre usagers. Ces deux notions étant essentielles dans les échanges marchands, il s'est avéré heuristique de mettre la multidimensionnalité des statuts et modalités d'expression ici analysée à l'épreuve des évolutions numériques

traversant le Marché. Dans quelle mesure les usagers-spectateurs appréhendent-ils les enjeux posés par les outils numériques dans le cadre de leurs interactions ?

Exclusivité et valorisation

Comme nous l'avons vu, l'évolution et la cristallisation dans les pratiques des individus des outils numériques de diffusion conduit à remettre en question l'homogénéité de l'espace-temps festivalier – ou relevant de la forme festivalière, comme le Marché du Film. Comment alors l'exclusivité et la valorisation, deux dynamiques extrêmement importantes dans le cadre d'un échange marchand, peuvent-elles se déployer dans un cadre où la matérialité de l'échange interpersonnel devient de moins en moins évidente ? Alors que les pratiques et représentations individuelles se trouvent tendanciellement déplacées et redessinées, il convient donc de se demander comment les pratiques en régime numérique, considérées comme largement immatérielles et *a priori* en contradiction avec les notions d'exclusivité et de valorisation, peuvent s'incarner au sein d'un lien interpersonnel fort. Il est donc ici question de la dimension symbolique de l'*être ensemble* festivalier : sous quelles modalités les représentations de l'exclusivité et de la valorisation des échanges – que ce soit entre professionnels ou spectateurs dits « classiques » – se construisent chez les interrogés rencontrés, en fonction de leurs rapports aux outils numériques de diffusion.

La dimension matérielle de ces deux notions est l'une des premières et principales thématiques ressorties de nos enquêtes au Marché du Film. C'est ce qui a été nommé par la majorité des interrogés – nous garderons ici cette terminologie – la valeur du *handshake*, c'est à dire la *poignée de main*. Cette expression désigne la valeur ajoutée liée à la rencontre effective de deux interlocuteurs, ancrant symboliquement l'échange dans une réalité directement tangible, donnant ainsi plus d'impact à la valeur attribuée à la rencontre. Dans un contexte où les outils numériques permettent de réaliser un volume croissant d'échanges à distance, le *handshake* est donc à la fois vecteur d'exclusivité – faire la démarche de la rencontre est ressenti comme *spécial* – et de valorisation – la symbolique d'un lien plus fort et incarné se développe alors. Il est à noter que cette

terminologie fut utilisée, sans aucune concertation préalable et dans le cadre des thématiques évoquées plus bas, en 2010 par onze usagers de notre échantillon et en 2011 par neuf interrogés.

Interroger la potentielle disparition de l'espace-temps homogène du Marché du Film, progressivement remplacé par des dispositifs numériques permettant de conduire des échanges à distance, fut une manière d'aborder cet aspect de l'incarnation des échanges. Nous commençons ici à approcher la thématique du festival *online* – traitée plus tard dans cette recherche – en tant qu'*horizon* des pratiques numériques dans leur dimension d'immatérialité. C'est face à cette perspective qu'il s'avère pertinent d'interroger notre échantillon sur leur rapport au collectif : face à cet horizon symbolique de rupture se déploie toute une batterie de réponses saisissant la nuance des pratiques individuelles.

Il a été heuristique de traiter cette thématique, en se basant sur les enquêtes au sein du Marché du Film, sous l'angle de la variable de l'âge, institutionnel et/ou individuel. Dans la continuité de notre partie portant sur la délégation du pouvoir de séduction des œuvres, on peut se demander si les modalités de perméabilité aux innovations technologiques et à la *symbolique numérique* se trouvent influencées par ce facteur. Les deux comptes-rendus de l'enquête – qui figurent en ANNEXE 3 – nous ont principalement permis de considérer les variables du discours et de l'âge institutionnels. Nous allons ici apporter un complément en nous penchant sur l'individualité des interlocuteurs interrogés, lorsqu'elle s'est avérée mise en lumière par notre démarche d'analyse.

Comme nous le mentionnons dans la méthodologie des comptes-rendus d'enquête, un phénomène intéressant à observer fut la distinction très nette et explicite opérée lorsque les interlocuteurs passaient d'un discours institutionnel à un discours individuel – et vice-versa. Un risque était également de se trouver face à ce que nous avons appelé une « confusion informelle » : un interlocuteur, amené à répondre sur des sujets sur lesquels il ne s'est pas nécessairement entretenu avec des supérieurs hiérarchiques, peut être amené à donner de « faux » renseignements sur le discours de l'institution. Ce risque était ici heureusement limité par la taille réduite des sociétés interrogées : le

dispositif hiérarchique étant peu complexe, nous nous trouvons souvent face à des individus occupant une position hiérarchique dans la société et non face à des « hôtes » engagés uniquement pendant le temps de la manifestation pour assurer l'accueil des visiteurs. En 2010, sur les 19 firmes interrogées, nous n'avons eu affaire que deux fois à de tels chargés d'accueil ponctuels. En 2011, cela ne s'est produit qu'une seule fois. Toutefois, à chaque fois que ces interlocuteurs se trouvaient dans une impasse pour parler au nom de leur société d'affiliation, ils sollicitaient naturellement un de leurs supérieurs hiérarchiques présents sur le stand.

A-t-on ainsi pu constater de tels *transferts discursifs*, voire des *dissonances* de discours, chez les individus interrogés, distinguant leur parole individuelle et un discours institutionnel dont ils se font les relais privilégiés ? Sur la question du festival *online*, les interrogés se sont tous exprimés explicitement à un niveau individuel, cette thématique étant dans le cadre du Marché du Film largement théorique et ne relevant donc pas de leurs activités professionnelles avec leur firme de rattachement. Aussi en 2010 qu'en 2011, la *totalité* de nos échantillons a précisé s'exprimer en son propre nom concernant cette thématique.

La perspective d'un Marché du Film totalement online vous paraît-elle réaliste ? (2010)

	Total
Oui	2
Non	17
Sans opinion	0

Il s'avère ainsi que la perspective d'un Marché totalement *online* semble à travers la majorité des réponses une idée improbable, car elle se poserait en contradiction avec les « règles » du business, notamment celle du *handshake* : l'incarnation des échanges dans un espace physique identifié qui insuffle un ressenti de *réel* aux actes et aux décisions. Nous retrouvons ici toute la valeur symbolique attribuée au *handshake* – tel que nous l'avons vu plus haut, au contact visuel ainsi qu'à la parole directe et spontanée. Ritualiser les échanges dans un lieu précis et sous une dimension quasi anthropologique demeure

essentiel. Le fait de montrer un film ou un matériel promotionnel sur place est ainsi garant de la valorisation du rapport vendeur / acheteur. Ce qui est reconnu ici est moins l'usage effectif du dispositif que son importante force symbolique. C'est là la principale caractéristique de l'exclusivité des relations vendeur/acheteur telle qu'elle est conçue par les interrogés.

Il est intéressant de noter la double signification que peuvent revêtir, concernant la thématique ici traitée, les dispositifs technologiques. La valorisation des échanges entre usagers professionnels passe ainsi notamment, comme l'évoquait en 2010 Emilie du *Short Film Corner*, par une importante symbolique des dispositifs :

« Mais les gens sont plus en demande chez nous parce que vu que c'est sur grand écran, ils peuvent le montrer à des producteurs et tout ça, et c'est une crédibilité supplémentaire pour eux. On ne retrouve pas ça sur les ordinateurs. »

(Emilie, 24 ans, étudiante à Toulouse – Employée au *Short Film Corner* du Marché du Film de Cannes – 2010)

Ainsi, le rapport aux dispositifs s'ancre à la fois dans une visée positiviste – montrer que l'on est à la pointe du progrès technologique – mais également une alternative à ce positivisme – le dispositif vécu comme une manière de réincarner des échanges face à des outils numériques jugés trop « froids ». Cette double dynamique illustre à nouveau une perception des évolutions numériques comme articulée non autour d'une rupture, mais au contraire autour de nombreux éléments de continuité.

Nous trouvons donc, dans notre échantillon de 2010, 17 interrogés sur 19 se posant en contradiction avec un horizon de dématérialisation des échanges touchant, selon eux, à une véritable *déritualisation* des échanges entre individus. Que nous apprend la variable de l'âge concernant ces résultats ? Interroger cette variable par rapport à cette proportion très proche de la totalité de notre échantillon serait peu pertinent, dans la mesure où l'on y retrouverait nécessairement toutes les tranches d'âge représentées. Il s'avère en revanche plus intéressant d'interroger l'âge des deux interrogés embrassant l'idée d'un Marché – et d'une forme festivalière – totalement *online*. L'un est un homme

de 45 ans – travaillant pour une firme datant des années 1990, l'autre une femme de 32 ans – travaillant pour une firme datant des années 2000. Comme nous l'avons vu, la nature de notre échantillon ne nous permet pas d'interroger nos thématiques sous l'angle du genre, mais force est de constater que la variable de l'âge ne révèle pas, une fois de plus, de structure stricte et temporellement identifiée des représentations. Aucune corrélation redondante entre ces dernières et l'âge des interrogés, tout comme dans notre partie consacrée à la délégation du pouvoir des œuvres, n'est à relever. On ne pourra donc toujours pas à ce stade observer de rupture générationnelle concernant les rapports individuels aux outils numériques, particulièrement entre ce que certains auteurs nomment les *digital natives* – correspondant schématiquement aux moins de 30 ans de notre échantillon – et les génération antérieures.

Les deux interrogés adhérant à l'idée d'un festival *online* se revendiquent-ils d'une perspective sur les notions d'exclusivité et de valorisation en contradiction avec ce qui a été vu précédemment ? D'un cas à l'autre, il s'avère que la notion de Marché *online* recoupe des réalités et des niveaux d'adhésion différents : on a affaire à une vision de cette notion soit totale, soit partielle. Pour notre premier profil – l'utilisateur de 45 ans – l'idée d'un Marché *online* est tout à fait plausible, mais uniquement dans le long terme. Certaines personnes restent attachées aux interactions directes, mais selon l'interrogé ces dernières ne sont pas nécessaires dans l'absolu : elles relèvent plutôt de constructions sociales. Certains substituts efficaces, tels les visioconférences, restent possibles et sont même amenés à se développer. De l'autre entretien – avec notre interrogée de 32 ans – est en revanche ressortie une perspective plus nuancée : croire en la possibilité d'un Marché *online* n'y a pas relevé d'une foi²² inconditionnelle en une dématérialisation inévitable et totale. Il s'agissait à la fois d'en dématérialiser certains aspects tout en dispersant et réorganisant de manière inédite un espace de départ. La nécessité d'un lieu permettant des échanges directs existerait toujours, mais serait rendue beaucoup plus flexible et adaptable aux cas personnalisés.

²² Le terme « foi » n'est pas utilisé innocemment : au cours des entretiens a été observé à plusieurs reprises dans le mode de discours des interrogés une véritable construction du rapport au « croire », au même titre que l'on peut choisir ou non de croire spirituellement à des concepts non démontrables. Le rapport au numérique et son impact sur les pratiques recouperaient-ils certains aspects du fait religieux au sens sociologique du terme ?

On constate donc ici que même parmi les deux interrogés s'ancrant *a priori* dans une optique de rupture numérique avec les dispositifs déjà existants, il s'avère que l'un adopte une posture nuancée dans une logique d'évolution en *continuité*. Le seul interrogé n'ayant pas prôné l'importance « vitale » du *handshake* pour les échanges interindividuels et s'ancrant dans une logique de véritable rupture technologique – même à long terme – est un professionnel masculin de 45 ans. Nous nous retrouvons une fois de plus face à une remise en question des segmentations communes concernant les rapports des individus aux outils numériques. Le volet 2011 de l'enquête dessine-t-il un tableau similaire ?

La perspective d'un Marché du Film totalement online vous paraît-elle réaliste ? (2011)

	Total
Oui	6
Non	14
Sans opinion	0

En 2011, si notre échantillon a lui-même légèrement évolué – comme on l'explique dans le compte-rendu d'enquête – il demeure que la proportion qui nous intéresse ici a comparativement à 2010 quelque peu changé : 14 interrogés répondent négativement à la perspective d'un espace-temps du Marché totalement *online*, tandis que six l'appréhendent comme une perspective réaliste et positive. Parmi ces six derniers, l'on retrouve l'interrogée de 32 ans et l'usager de 45 ans ayant déjà répondu de la même manière en 2010. Parmi les quatre autres, on peut distinguer trois hommes – de 28, 33 et 40 ans et travaillant respectivement pour deux firmes issues des années 2000 et une firme issue des années 1990 – et une femme de 38 ans, travaillant pour une firme issue des années 1990. On retrouve donc, encore une fois, une absence de segmentation claire concernant l'âge individuel et le rapport aux outils numériques. Les réponses se partagent encore entre une vision « totale » et une vision « partielle » du festival *online*. Sont à dénombrer quatre visions dites « partielles » – les interrogées de 32 et 38 ans ainsi que les interrogés de 28 et 33 ans – et deux visions dites « totales » – les interrogés

de 40 et 45 ans. Les profils s'ancrant dans une réelle logique de rupture sont encore une fois, à l'envers des représentations communes, les profils les plus « vieux ».

On peut donc observer, dans la majorité des cas et ce, quel que soit l'âge ou le genre des profils interrogés, que la notion de festival *online* peut être considérée comme une forme particulière qui, si elle peut se développer et acquérir ses propres caractéristiques, ne peut en aucun cas « éclipser » l'existence des espaces-temps festivaliers traditionnels. Elle est plus considérée comme une *extension* que comme un *substitut*, conformément au volet 2010 de notre enquête où il s'est avéré qu'une majorité des interrogés de notre échantillon (14 sur 19) considérait explicitement les outils numériques comme des extensions à l'existant. Le refus du « tout-streaming », lorsqu'il est constaté, n'est la plupart du temps pas synonyme d'un refus total et inconditionnel : il représente simplement l'attente d'un juste milieu, d'une pertinence des dispositifs qui ne dépendrait pas seulement d'une course vide à un progrès technologique auto-justifié.

Le volet 2011 de l'enquête, par l'évolution des proportions de réponses positives et négatives, semble montrer que l'idée d'un festival *online* se trouve en voie de cristallisation dans les représentations collectives. Si une vision nuancée du « tout-streaming » continue à prévaloir même dans les réponses positives, ce qui relève de l'*acceptable* pour les individus semble évoluer à mesure que les terminologies et pratiques numériques entrent dans les usages communs. Il est toutefois intéressant de noter le type de confusion et de contradictions que peuvent générer les évolutions numériques récentes dans les représentations des individus. Si la majorité de nos échantillons parle de la valeur du *handshake* en évoquant l'impossibilité de voir disparaître *totalement* un espace-temps festivalier matériel – celui dans lequel s'inscrit le Marché, il demeure qu'ils sont également de plus en plus à considérer accepter le développement des festivals *online*. Nous pouvons observer un décalage certain entre le temps d'évolution des représentations et celui des pratiques des individus. Nous en revenons ainsi à la notion de *zone d'inertie* dans la diffusion des innovations qui a déjà été évoquée à de multiples reprises dans cette recherche.

Il est enfin à mentionner que la thématique ici traitée nous a également amenés à observer dans certains cas un ciblage spécifique des usages. Pour six interrogés de notre

échantillon en 2010, le support physique est ainsi particulièrement destiné aux interlocuteurs ayant déjà pu visionner des extraits et vidéos via supports numériques. Cette idée va dans le sens d'une gradation précise des échanges entre usagers telle qu'interrogée dans notre partie précédente sur les paliers de réceptions. Ce type de gradation dans les usages des dispositifs reste toutefois spécifique à chaque usager et, faute de matériau suffisant, nous n'avons pas pu interroger cette multiplicité plus profondément.

Nous avons ici parlé des notions d'exclusivité et de valorisation dans le contexte d'échanges cinématographiques marchands : la notion du *handshake* y acquiert naturellement une signification toute spécifique. Toutefois, nous avons adopté une modalité d'appréhension permettant d'interroger ces deux notions de manière plus large. En effet, par-delà des circonstances marchandes, ces notions se trouvent au cœur même de l'expérience spectatorielle cinématographique, et plus encore dans le contexte festivalier avec son rapport très spécifique aux exclusivités : filmiques, médiatiques ou encore spectatorielles. Ainsi, les avant-premières, la présence des équipes de films, les spécificités de la couverture médiatique ou encore les films parfois visibles sous une forme non définitive constituent quelques-uns des attraits les plus forts d'une forme festivalière cinématographique. Cet aspect de l'exclusivité et de la valorisation a été développé parallèlement à l'enquête au Marché du Film dans des entretiens réalisés avec des spectateurs dits « classiques », comme on pourra le voir par la suite.

4. Les *corps sauvages* : le sédentarisme traditionnel de l'activité spectatorielle cinématographique à l'épreuve du paradigme de la mobilité

Cosmogonies spectatorielles numériques

Après nous être penchés sur le statut, l'activité et les identités multidimensionnelles des usagers du Marché du Film, il convient maintenant d'aborder plus spécifiquement ce qui relève de la *mobilité* des individus en régime numérique, plus particulièrement dans le cadre de la forme festivalière.

Si nous nous pencherons principalement sur l'aspect spatial de cette mobilité en considérant l'individu dans sa dimension physique, il est à noter que cette notion peut recouvrir différentes réalités. On pourra ainsi parler d'une forme de mobilité des représentations, au sens d'un brassage plus rapide et large des catégories constituant l'imaginaire collectif, comme nous le verrons dans la partie abordant le thème de la légitimité culturelle en régime numérique.

Nous avons vu que les relais numérique mobiles individuels se trouvent au cœur de la thématique de cette recherche. Comment être spectateur dans le cadre d'une activité aussi sédentaire que celle de l'expérience cinématographique dans un contexte où l'individu devient plus que jamais multidimensionnel dans sa mobilité ? Il y a là une contradiction apparente qu'il s'avère nécessaire d'interroger. A mesure que la mobilité des individus acquiert de nouvelles facettes et nouvelles dimensions, à mesure que les structures sociales collectives traditionnelles se trouvent redessinées, comment est-il possible d'aborder l'expérience du cinéma, et plus particulièrement dans sa dimension festivalière ?

Il convient tout d'abord de préciser ce que nous entendons par « cosmogonies spectatorielles numériques ». Le terme « cosmogonie » est défini comme une « théorie

(scientifique ou mythique) expliquant la formation de l'univers ou de certains objets célestes »²³. Nous utilisons ici cette terminologie afin de désigner les *univers* d'existence des spectateurs et les manières multidimensionnelles qu'ils ont, en régime numérique plus que jamais, d'être générés et de se déployer. Cette notion d'*univers* se rapproche par bien des aspects de celle de *système* en désignant l'ensemble des ramifications, interactions et entrecroisements constituant l'existence d'un spectateur et pouvant se déployer simultanément sur plusieurs plans – comme nous l'avons mentionné dans le cas de la complexification des frontières entre sphères collectives et privées.

Cette appellation de « cosmogonies spectatorielles numériques » a été inspirée par l'observation de nombreux individus en situation collective – aussi bien au sein qu'hors de notre terrain de recherche – créant et défaisant de manière continue et répétée des sphères d'existence multiples, notamment à travers l'usage de relais communicationnels personnalisés : Smartphones, ordinateurs portables ou encore tablettes numériques. Comme nous l'avons vu, la sphère collective se trouve alors constellée de micro-espaces appropriés par les individus, ou les logiques privées et publiques ainsi que les différents espaces de communication se chevauchent. Cette activité individuelle d'appropriation de plusieurs espaces temps collectifs, par la création de ramifications communicationnelles multiples et éphémères, est l'une des premières observations à avoir orienté la thématique de notre recherche.

Une première tentative d'approche analytique de ces cosmogonies individuelles optimisées par les outils numériques s'est déployée au sein du Marché du Film. Cette enquête ne nous a toutefois pas permis de nous pencher spécifiquement sur les usages des relais numériques individuels dans le cadre de la forme festivalière. Les interrogés étant tous basés sur des stands et constituant des profils essentiellement « fixes », interroger des problématiques de mobilité à travers ces deux échantillons ne semblait pas *a priori* pertinent. Le seul aspect de cette thématique qu'il nous a été possible d'aborder a été celui de l'application *Cinando* pour Smartphones. Les résultats furent mitigés : si en 2010 l'application était trop récente pour être appropriée par les usagers, en 2011 cette question illustre surtout une dynamique de *déterminisme technologique*. En effet, l'application *Cinando*, à ce stade spécifiquement conçue pour iPhones, s'est

²³ *Le Petit Robert*, édition de 1973.

avérée peu utilisée en raison de la possession et de l'utilisation d'autres types de Smartphones par les usagers. En effet, parmi notre échantillon, douze interrogés ont déclaré ne pas avoir téléchargé et/ou utilisé l'application car ils possèdent un autre type de Smartphone – dans neuf cas un Blackberry. Un aspect des modalités de la diffusion des innovations technologiques à un moment spécifique relève donc d'un arbitraire économique et industriel, qui entretiendra au fil du temps des interactions à double sens avec les pratiques individuelles ou collectives d'usagers. Si les stratégies industrielles d'innovation et de diffusion s'adaptent à la réalité des pratiques des individus, elles les conditionnent également pour une bonne part.

Deux conséquences potentielles sur les stratégies mises en œuvres par l'équipe gérant la plateforme *Cinando* – et plus largement par la direction du Marché du Film – sont alors imaginables :

- Inciter les utilisateurs à investir dans un iPhone si l'usage collectif de l'application se fait socialement et professionnellement indispensable
- Développer l'application sur d'autres types de supports, plus largement accessibles

La deuxième hypothèse semble bien évidemment la plus probable – confirmée par les développements réalisés peu après la tenue de l'édition 2011 du Marché – dans la mesure où une adaptation aux réalités du marché de la téléphonie mobile et des pratiques des usagers doit être entreprise afin de diffuser les innovations de la manière la plus large possible.

En revanche, il reste nécessaire de noter que *tous* les usagers se sont avérés, autant en 2010 qu'en 2011, posséder des Smartphones et ordinateurs portables à titre personnel. Les tablettes numériques étaient plus rares, même un plus grand nombre était observable en 2011 qu'en 2010 – principalement en raison de la diffusion commerciale généralisée de l'iPad. Comme nous l'avons déjà vu, la logique économique concurrentielle régnant au sein du Marché rend la perméabilité aux évolutions technologiques numériques nécessairement très élevée. On peut alors se demander ce qu'il en est hors de cette logique, auprès de spectateurs plus « classiques ».

Les entretiens réalisés, hors de l'enquête spécifique aux usagers du Marché du Film, avec des spectateurs dits « classiques » du Festival – dont le détail figure dans la première partie de l'enquête consacrée aux protocoles d'analyse cannois – nous ont ainsi permis de nous pencher plus précisément et en détails sur les aspects de la mobilité spectatorielle en régime numérique.

Une grande majorité des interrogés répartis sur les trois années se sont avérés posséder des Smartphones. C'était le cas pour *tous* en 2009, pour six des sept interrogés en 2010 et pour six des huit interrogés en 2011. Dans deux cas, il s'agissait d'un Blackberry, dans un cas d'un Smartphone HTC et dans tout le reste des cas, d'iPhones. Les trois profils ne possédant pas un Smartphone et donc pas d'accès mobile à l'Internet étaient Jean – un employé de banque de 34 ans interrogé en 2010 – ainsi que Danièle et Geneviève – respectivement comédienne de 32 ans et professeur d'anglais de 45 ans interrogées en 2011. Tous les interrogés possédaient, même s'ils ne l'avaient pas amené sur le site du Festival, des ordinateurs portables. Une seule tablette numérique – un iPad – a été mentionnée en 2011 par Stéphanie, chargée de diffusion de 35 ans dans une structure de management d'artistes musicaux, interrogée lors des trois années et ayant fait cette acquisition juste avant celle de 2011.

Nous avons vu précédemment en quoi Alexandre, professionnel de notre échantillon au Marché du Film, parlait à travers l'usage des outils numériques de modes multidimensionnels et simultanés d'expression, allant jusqu'à parler de « deux mondes qui coexistent ». Nous avons donc cherché à saisir comment s'exprime cette simultanéité communicationnelle chez les spectateurs *mobiles* du Festival. Quelles zones transversales de redondance dans les réponses des interrogés sont, concernant cette thématique, apparues.

La dimension de *mobilité* attachée aux relais numériques individuels est apparue, dans les entretiens à deux niveaux : dans sa dimension littérale et dans sa dimension étendue. Concernant cette dernière dimension, *tous* les interrogés possédant un Smartphone – quelle que soit l'édition du Festival considérée – ont déclaré utiliser leur accès Internet *en situation*, ponctuant les différentes étapes de leur parcours spectatorial. Ils ont ainsi

énoncé en quelque sorte une vision « fixe » des usages numériques mobiles, déployés dans les moments de pause ou de mobilité que nous qualifierons de « ralentie » : files d'attente, repos, attente du début du film une fois les spectateurs installés, moments de contemplation, etc. Comme nous le verrons plus tard dans la partie consacrée aux nouvelles dimensions de la gestion du temps, ce rapport à l'attente s'avère être la temporalité spectatorielle la plus redessinée par les outils numériques. Il est toutefois à mentionner qu'un certain nombre des interrogés de notre échantillon ont énoncé une approche très *littérale* des usages numériques mobiles : l'accès à Internet se fera pendant une marche ou encore un trajet dans différents types de transport – voiture, transports en commun, etc. Ils sont trois en 2009 (Aude, chargée de mission fonds social européen à la DGEFP de 25 ans, Antoine, étudiant de 24 ans et Julien, chargé de communication dans une structure théâtrale de 36 ans) cinq en 2010 (Aude et Antoine à nouveau, Pauline, bloggeuse de 26 ans, Bastien, étudiant de 22 ans et Armelle, chômeuse de 33 ans) et cinq également en 2011 (Aude et Antoine à nouveau, Guillaume, journaliste de 31 ans, Sophie, étudiante de 25 ans et Mathieu, exploitant de cinéma de 38 ans). Il est ici difficile d'établir des corrélations entre l'âge, le genre, l'activité professionnelle et le type de rapport à la mobilité numérique : aucune constante spécifique ne semble, à ce stade, se dégager.

Aucune corrélation non plus n'a été décelée entre le mode d'accès aux réseaux numériques et la nature des activités y étant menées. Autant chez les profils mobiles « étendus » que « littéraux », les trois mêmes activités principales sont mentionnées chez *tous* les profils possédant un Smartphone et/ou une tablette numérique : accès aux mails/envois de textos, accès à des sources d'information et enfin communication sur des réseaux sociaux afin de commenter en direct les événements vécus, notamment sur la plateforme Twitter témoignant d'un rapport à la simultanéité assez fort. L'usage de Twitter n'a été toutefois mentionné que dans quelques cas : Aude et Antoine lors des trois éditions du Festival, Pauline la bloggeuse en 2010, mais également en 2011 Guillaume le journaliste et Sophie l'étudiante. On note ici la présence des deux profils les « plus » communicationnels, le journaliste et la bloggeuse, pour qui l'outil revêt un aspect indispensable en terme de réactivité à l'information.

Terminons cette première approche des cosmogonies spectatoriennes numériques par une citation heuristique de l'un de nos interrogés en 2009, Julien, chargé de communication dans une structure théâtrale de 36 ans :

« Non mais c'est vrai que ça a changé les choses. Avant on pouvait téléphoner bien sûr, on avait des appareils photo ou même les ordi portables. Mais les Smartphones, tout ça, c'est pas pareil. Tout est beaucoup plus direct, en direct, on fait 3000 trucs en même temps, parfois j'ai même l'impression de plus tout à fait vivre ce que je suis en train de vivre tellement je suis occupé par différents trucs, le nez collé sur mon iPhone. Parfois je me rends même plus compte que je suis en train de marcher, résultat je rentre dans des gens. C'est dingue quand on y pense, ça me fait marrer. Je sais pas si c'est bien, mais c'est addictif ce côté *je suis partout en même temps*. »

(Julien, 36 ans, chargé de communication dans une structure théâtrale – 2009)

Ce que Georges Amar appelle « softmobilité » (2010, p. 110), c'est à dire la mobilité basée sur l'usage de technologies software, semble donner corps à ce fantasme d'ubiquité spectatorielle. Cette dynamique dessine donc des réalités spectatoriennes de plus en plus denses et interactionnelles, menant comme nous l'avons vu à des types inédits d'entrecroisements entre des logiques collectives et individuelles. C'est ce dernier aspect que nous allons maintenant traiter à travers le cas du *Short Film Corner*.

Le « voir ensemble » individualisé : le cas du Short Film Corner

Le *Short Film Corner* occupe, dans l'espace du Marché du Film de Cannes, une place toute particulière. Réservé à la présentation de courts métrages, il se compose d'une allée principale, d'une salle de conférence, d'un espace de détente et d'échanges, de box individuels de visionnage – la *Digital Library*, de stands réservés à des organisations et enfin quelques salles de visionnage de taille réduite – les *Mini Screening Rooms*.

Situé non loin de l'entrée du Marché, le *Short Film Corner* frappe, lorsque l'on observe les usagers y évoluant, par son décalage relatif avec le reste de la manifestation : individus accroupis dans les coins, prises de contact très directes ou encore moyenne d'âge très inférieure à la moyenne, les réalisateurs, acheteurs ou distributeurs en présence étant souvent débutants dans l'industrie cinématographique.



Emilie, travaillant aux *Mini Screening Rooms* en 2010, évoque cette spécificité :

« En fait, le truc c'est que c'est un festival de courts-métrages, donc souvent les gens ont juste fait un petit court-métrage, comme ça, et en fait il n'y a pas trop de sélection au *Short Film Corner*, donc presque tout le monde peut venir. Et du coup il y a cet aspect plus populaire, plus... comme vous dites, moins guindé qu'au Festival de Cannes. »

(Emilie, 24 ans, étudiante à Toulouse – Employée au *Short Film Corner* du Marché du Film de Cannes – 2010)

La distinction entre le *Short Film Corner* et le reste du Marché du Film ne se cantonne toutefois pas à ces quelques éléments tenant plutôt d'une *atmosphère* et d'un ressenti spécifiques. Elle rejaillit également, à un niveau plus effectif, dans notre méthodologie d'analyse. En effet, malgré le statut de professionnels de l'industrie cinématographique des usagers le parcourant, le *Short Film Corner* n'a pu être inclus dans notre principal protocole d'enquête au Marché du Film.

La principale raison réside dans le fait que les participants au *Short Film Corner* ne peuvent pas uploader sur la plateforme streaming *Cinando*. Ils l'utilisent ainsi exclusivement pour ses fonctionnalités d'agenda, de source d'information et de réseau social. L'enquête au Marché reposant principalement sur les enjeux de cette plateforme concernant les restructurations possibles de la forme festivalière – l'horizon en étant la notion de festival *online*, il s'avérait donc impossible méthodologiquement de la déployer sur le terrain du *Short Film Corner* dont les usagers n'avaient pas rentrer dans les échantillons intéressant cet aspect de notre recherche. Les modalités de l'accès aux œuvres ne laissent pas aux usagers du *Short Film Corner* la perspective de répartir leur activité au-delà de la manifestation à travers une démarche de dématérialisation. Sans outil streaming interrogeant la pertinence même d'un espace-temps *a priori* homogène, cet espace-temps du Marché reste vital à leur activité de prospection et d'échanges dans un sens exclusif et strict.

Comment alors exploiter ce terrain nous offrant toutefois une appréhension pertinente d'un problématique se situant au cœur de cette recherche, à savoir l'entrecroisement des sphères individuelles et collectives en régime numérique ? La *Digital Library* est, à ce titre, la partie du *Short Film Corner* ayant le plus retenu notre attention : les usagers s'y installent côte à côte dans des box équipés d'un ordinateur et d'un casque d'écoute afin de visionner les films présentés, stockés dans les disques durs de la manifestation. Ce dispositif n'est bien entendu pas une spécificité propre au régime numérique. Les dispositifs analogiques permettaient déjà d'établir de telles zones de visionnage individuel en situation collective. Il n'en demeure pas moins que la diffusion numérique

via ordinateur propose quelques spécificités à prendre en compte. La rapidité et la facilité d'accès aux œuvres se trouvent ainsi optimisées, la capacité de stockage devient plus grande et les relais de visionnage se font plus nombreux – car moins coûteux et physiquement plus réduits. Les modalités d'hybridation de l'espace social s'accroissent donc, dans le cas d'un dispositif numérique, au niveau de leurs caractéristiques principales et deviennent ainsi plus visibles pour l'observateur.

Il a été logistiquement et temporellement impossible, au vu de notre implication dans les deux autres volets de l'enquête cannoise, de développer au niveau de la *Digital Library* un travail similaire à celui effectué dans le reste du Marché ou même un protocole d'entretiens longs comme celui mis en place auprès de spectateurs dits « classiques » du Festival. Nous avons pris le parti de rendre notre approche – temporellement réduite – du *Short Film Corner* principalement anthropologique, en privilégiant l'observation des dispositifs et de leurs usages en ayant principalement à l'esprit l'appréhension des comportements redondants, des comportements au contraire spécifiques et isolés, ou encore de la temporalité des usages.

Une démarche d'observation participative était hors de propos, la *Digital Library* étant peuplée soit de professionnels travaillant au *Short Film Corner*, soit d'utilisateurs en file d'attente ou visionnant des films dans les box. La file d'attente constituant une zone d'observation trop éphémère et mouvante, nous avons donc adopté une position de retrait neutre à quelques mètres de l'espace observé, au sein d'une zone de déambulation collective. Trois segments d'observation d'une heure chacun ont été mis en place : deux en 2010 et un en 2011. Ces segments n'ont pas été multipliés à l'envie en raison de l'effet de « méfiance » que peut susciter une présence poussée et insistante de l'observateur, provoquant malgré lui une influence sur le terrain qu'il tente d'aborder. Les deux segments d'observation en 2010 permettaient d'approcher et consolider cette nouvelle activité d'analyse, tandis que le segment de 2011 permettait d'ancrer les observations effectuées dans une perspective évolutive.

Le principal questionnement que nous avons en abordant ce travail concernait les spécificités distinguant le cas de la *Digital Library* d'une simple situation d'espaces

individualisés au sein d'une sphère collective. Quels types de ponts, dans ce cas précis, se trouvent dressés par les usagers entre ces différentes sphères ?



Le nombre d'usagers observés connaissait, selon le moment où le segment se déroulait, des variations plus ou moins grandes. Le premier segment, réalisé le Samedi 15 Mai 2010 de 15h30 à 16h30, a vu le passage de 17 individus dans les box de visionnage. Le deuxième segment, réalisé le jour suivant durant le même horaire, voyait ce nombre descendre à douze. Le troisième segment, enfin, réalisé le Vendredi 13 Mai 2011 de 11h à midi, nous a permis d'observer 21 usagers.

Un premier constat a été le fait que, surprenamment, *tous* les observés de nos trois segments ont visionné les œuvres en entier, sans jamais interrompre la démarche en cours. Il aurait été possible de postuler qu'un regard professionnel mènerait à « sauter » d'une œuvre à l'autre selon les critères recherchés, mais il n'en fut rien. Cela peut être en

partie explicable par la longueur des œuvres : un petit format demandant moins d'engagement temporel, il est plus simple d'aller au bout de l'expérience.

Conformément à notre thématique de recherche, un trait principal s'est rapidement imposé à notre attention : les comportements de « transcendance » de l'aspect strictement individuel du visionnage. Plusieurs de ces types de comportements ont pu être constatés :

- Les cas où les individus s'installaient à deux dans un box pour regarder la même œuvre au même moment (sept cas dans le premier segment de 2010, trois cas dans le second segment de 2010, neuf cas dans le segment de 2011)
- Les cas où les individus visionnant une œuvre prenaient à parti des individus extérieurs au box – probablement des connaissances préalables (quatre cas dans le premier segment de 2010, quatre cas dans le deuxième segment de 2010, sept cas dans le segment de 2011)
- Les cas où les individus communiquaient en même temps via leurs Smartphones, par ennui, par cumul des activités ou encore par volonté de communiquer en simultané ce qu'ils étaient en train de voir : textos, accès Internet, prise d'information, réseaux sociaux, etc. (treize cas dans le premier segment de 2010, huit cas dans le deuxième segment de 2010, seize cas dans le segment de 2011)
- Les cas où les individus prenaient en photo ou filmaient l'écran de visionnage à l'aide de leurs Smartphones (huit cas dans le premier segment de 2010, deux cas dans le deuxième segment de 2010, six cas dans le segment de 2011)

Ce que nous indiquent ces observations est que, même en situation de visionnage individualisé, demeure chez les individus une démarche de (re)création, même à échelle réduite, des traits du « voir ensemble » cinématographique. Dans les quatre cas observés, c'est l'envie d'un partage immédiat de l'expérience qui prévaut et se matérialise sous différentes formes plus ou moins ponctuelles. Il s'agira ainsi soit d'accompagner tout le visionnage d'un partage interindividuel (être accompagné dans le box ou commenter le visionnage en direct sur Internet), de rendre ce partage plus temporellement identifié (parler ponctuellement aux individus hors des box, envoyer des textos) ou encore de vivre ce partage à travers une projection ultérieure (captation

de passages du film par photo ou vidéo, afin de les montrer plus tard à d'autres individus). On le voit donc, il n'y a pas de stricte barrière entre un visionnage individualisé et le « voir ensemble » cinématographique. L'usage des outils numériques, s'il n'est pas créateur de cette démarche d'entrecroisement des sphères individuelles et collectives, permet toutefois ici de l'accentuer. L'individu témoigne d'une capacité accrue et plus que jamais multidimensionnelle à solliciter différentes sphères d'interaction sociale.

La perspective évolutive tentée par un comparatif entre les volets de 2010 et celui de 2011 n'a pas apporté de résultats spécifiques, en raison du volume variable des échantillons ou encore faute de pouvoir contextualiser suffisamment les observations par le profil socioculturel des interrogés. On constate toutefois qu'en termes statistiques, un aspect ressort en premier des trois segments : l'usage très important des relais numériques individuels pour mener une activité communicationnelle *hors* de l'œuvre, bien que *pendant* le déroulé de cette dernière, provoquant un chevauchement des différents niveaux d'attention des individus. La question qui ressort de ce constat est celle de l'expérience de l'œuvre : on peut ainsi se demander dans quelle mesure elle a *effectivement* lieu lorsque la capacité d'attention se trouve dispersée. On peut ainsi se demander si la communication autour d'une expérience se fait nécessairement au détriment de l'expérience elle-même, cette dernière se trouvant occultée par l'effet de simultanéité. Ce questionnement existentiel se trouvait déjà posé au XVIII^{ème} siècle par Laurence Sterne dans son œuvre « Vie et opinions de Tristram Shandy, gentilhomme ». Comment écrire sur la vie lorsque le processus même d'écriture empêche l'auteur de continuer à en faire l'expérience ? La démarche d'expression simultanée d'une chose, dans un phénomène éminemment contradictoire, se fait alors également dans une certaine mesure négation de cette chose durant la temporalité de l'expression.

Il s'agit là d'un des enjeux principaux de la problématique de mobilité spectatorielle en régime numérique : mobilité physique, mobilité des représentations, mais également et surtout *mobilité de l'attention*. Dans la lignée d'une sorte de « Tristram Shandy 2.0 », comment est-il possible de faire l'expérience collective d'œuvres cinématographiques dans un contexte où le spectateur est, plus que jamais, amené à communiquer simultanément sur de multiples niveaux ?

Spectateurs et reliance : la dimension symbolique élargie du « voir ensemble »

Nous nous sommes penchés jusque-là sur la manipulation des outils numériques par les individus en-dehors du strict contexte du visionnage de l'œuvre : nous nous sommes demandé si le regard porté sur cette dernière évolue en fonction de l'activité spectatorielle se développant *autour*. Comment toutefois voir un film collectivement lorsque l'individu a à sa disposition une multitude de moyens et d'outils lui permettant de communiquer *pendant* ?

« La mobilité est de plus en plus comprise en termes de création de liens, d'opportunités et de synergies, plutôt que de pur franchissement de distances » (Amar, 2010, p. 16). En cela, Amar explique que le *software* prime sur les performances strictes du *hardware* : ce n'est pas la performance pure qui devient prioritaire, mais les notions d'interface et d'accessibilité. Conformément aux logiques de rupture, la symbolique de la performance revêt comme nous l'avons déjà vu une importance à bien des égards équivalente à la performance elle-même. Nous retiendrons de cette idée, énoncée afin d'appréhender les évolutions sociales en régime numérique, la vision d'une démarche de mise en relation que nous pouvons nommer *reliance* : une dynamique de mise en interaction des individus dont les dispositifs numériques permettent une complexification et un accroissement inédits.

Nous pouvons ici mentionner, dans la lignée de cette idée de *reliance*, la théorie de l'acteur-réseau, telle que théorisée notamment par Bruno Latour et Madeleine Akrich, faisant des « actants » composant le tissu social tant les individus que les objets. Ancrée dans une perspective proche de la démarche systémique, cette théorie se fonde sur la mise en relation de toutes les entités constituant un réseau. Toutefois, considérant l'objet non « en action » mais comme la stricte résultante d'un processus d'innovation, elle semble incompatible avec notre propre démarche visant à observer les interactions entre individus et dispositifs *en situation*.

Il convient de se demander en quoi cette activité communicationnelle, ce phénomène de *reliance* pouvant se déployer pendant le déroulé même de l'expérience cinématographique collective, porte une influence sur l'expérience de l'œuvre et s'il s'agit là d'une tentation de dispersion de l'attention à laquelle les individus sont amenés à entreprendre de « résister ». La recherche que nous menons ici, comme nous l'avons déjà établi, n'est pas consacrée au visionnage dans le cadre de la sphère privée, dans lequel un *contrôle* peut être exercé sur le déroulé de l'œuvre. Un spectateur pourra ainsi *geler* le film pendant qu'il se consacre à d'autres activités, communicationnelles ou non. Le cadre de la sphère publique collective est quelque peu différent, dans la mesure où ce contrôle ne peut être exercé. Comment s'expriment alors les usages et le *pouvoir* communicationnel – propres au régime numérique – des spectateurs ?

L'enquête par entretiens avec des spectateurs dits « classiques » du Festival nous a permis d'aborder cette question – l'enquête au Marché du Film ne nous ayant que très peu permis de nous pencher sur les activités extra-professionnelles des interrogés. Interrogés sur le fait de « faire autre chose pendant un film », la plupart des interrogés ont spontanément évoqué le cas des visionnages de films dans le cadre de la sphère privée où il est courant, pour eux, de se livrer à plusieurs activités simultanément. Sur les 14 individus rencontrés au cours des trois éditions du Festival, 10 interrogés ont établi cet aspect multidimensionnel de leurs activités cinématographiques privées. Parmi les quatre autres interrogés, *tous* ont revendiqué une ferme volonté de ne pas multiplier les activités – communicationnelles ou autres – et de se livrer, au contraire, à un visionnage de film *exclusif*. Cette fois-ci, la variable de l'âge semble permettre d'identifier certaines tendances. En effet, ces quatre individus correspondaient aux quatre profils les plus âgés de notre échantillon : Jean Pierre (41 ans), Julien (36 ans), Geneviève (45 ans) et enfin Mathieu (38 ans). Profils les plus temporellement éloignés de la génération des *digital natives*, on peut imaginer une perméabilité moins forte à un usage systématisé des technologies numériques. Dans chaque cas, ils justifiaient toutefois le visionnage exclusif comme une volonté explicite, presque un *effort* pour résister à toute forme de distraction.

Nous avons néanmoins, une fois passé ce mode spontané de réponse concernant la sphère privée, développé cette thématique en l'amenant sur notre terrain, celui de la

sphère collective de visionnage. De manière peu surprenante, la proportion des réponses s'est alors inversée, la salle de cinéma étant majoritairement considérée comme une sorte de « bastion » où les règles comportementales se font plus strictes. Si le « voir ensemble » existe aussi dans une certaine mesure dans le cadre de la sphère privée, il est régi par des règles créées par un collectif réduit, constitué d'individus se connaissant. Le cadre du « voir ensemble » cinématographique au sens où l'entend Emmanuel Ethis dessine une réalité différente, régie par des règles communes invariables et revêtant une puissance symbolique autre. Est ainsi apparue, chez notre échantillon, la conscience d'une sorte de « seuil » lié à la configuration collective publique, un palier au-delà duquel sortir du cadre des « règles » spectatorielles reviendrait à peser sur l'acte de visionnage des autres spectateurs et à troubler l'expérience commune.

Cinq des individus interrogés nous ont toutefois révélé utiliser à certaines occasions leur téléphone pendant les projections collectives, unanimement pendant un temps très réduit, afin de ne pas déranger leurs voisins en raison de la source de lumière. L'usage commun énoncé par *tous* était la vérification des appels et textos, soit pour des raisons personnelles, soit pour des raisons professionnelles – comme dans le cas de Stéphanie, 35 ans, chargée de diffusion dans une structure de management d'artistes musicaux et devant ainsi témoigner d'une grande réactivité. Les Smartphones sont toutefois aussi utilisés pour aller sur Internet. Trois des interrogés ont révélé utiliser cette fonctionnalité très rarement, mais cet usage reste bien réel : dans un des cas (Guillaume, 31 ans), pour récupérer des informations sur le film en train d'être visionné et dans les deux autres cas (Bastien, 22 ans et Sophie, 25 ans), par ennui, l'individu allant alors la plupart du temps lire ses mails ou utiliser les réseaux sociaux. On remarque ici qu'on peut rapprocher le cas de prise d'information de l'activité professionnelle du premier interrogé, Guillaume étant journaliste et se documentant alors soit parce qu'il doit écrire sur le film visionné, soit par « réflexe professionnel ». Les deux cas d'usage d'Internet par ennui concernent quant à eux deux des profils les plus jeunes de notre échantillon. Ce dernier constat nous a fait émettre l'hypothèse que la variable de l'âge peut provoquer une perméabilité aux outils numériques suffisamment forte pour aller jusqu'à « enfreindre » les règles du « voir ensemble » public. Une citation de Bastien est, à ce titre, révélatrice :

« Ouais... C'est vrai j'avoue, de temps en temps j'utilise Internet pendant le film. Ca me gêne un peu, ya des gens autour que j'ai pas forcément envie de déranger, alors j'essaie d'être super discret, j'incline et je cache l'écran pour que personne voie la lumière. Mais bon c'est super tentant, parfois ya des longueurs dans le film, parfois il est juste chiant, alors ya le réflexe Internet, c'est trop facile. Ouais j'ai un peu mauvaise conscience quand je fais ça (rires). Mais ça permet aussi de s'organiser pour après le film. J'aime pas partir pendant la séance, même si le film est mauvais. Même si je suis sur Internet un petit moment, je suis le film d'un œil, comme ça je sais de quoi je parle quand je le critique ensuite. »

(Bastien, 22 ans, étudiant – 2010)

On retrouve dans ces propos la coexistence de plusieurs notions s'avérant heuristique :

- La conscience des règles du « voir ensemble » public.
- La tentative d'une conciliation d'un niveau de mobilité spectatorielle et d'un respect relatif de ces règles comportementales.
- Un cumul des niveaux d'attention relevant d'usages numériques.
- La notion d'expérience du film perçue comme effective malgré un niveau d'attention cinématographique non-optimal.

Les relais numériques semblent ainsi permettre une sortie momentanée du « voir ensemble » cinématographique tout en restant physiquement en son sein et sans déroger à ses règles élémentaires. Si nous avons établi dans la partie précédente que le « voir ensemble » cinématographique se déploie même au sein d'une expérience individuelle de visionnage, il convient donc ici d'établir également le constat inverse : la facilité accrue pour le spectateur, en régime numérique, d'accroître à travers ses « cosmogonies numériques » une porosité du « voir ensemble » en salle. C'est là que semble se déployer un aspect de l'élargissement symbolique du « voir ensemble » : dans le cumul des niveaux d'attention et la redéfinition de ce qui constitue l'effectivité de l'expérience de l'œuvre. Il convient toutefois de préciser que l'aspect ritualisé de l'expérience en salle semble continuer à constituer un barrage symbolique assez

important pour limiter la mobilité spectatorielle à des expressions très marginales et discrètes.

Quelle légitimité culturelle en régime numérique ?

Cette partie de notre recherche s'intitulant « Les corps sauvages », il a principalement été question jusque-là des enjeux posés en régime numérique par les évolutions de la mobilité spectatorielle *physique* : rapport à la mobilité se déployant en amont et en aval de la projection cinématographique collective, ou encore « dérégularisation » relative des corps et comportements individuels dans le cadre même de cette projection.

Nous avons parlé, dans la section méthodologie de notre partie de contextualisation, de l'obstacle des imaginaires de légitimité dans le cadre de l'enquête : un interrogé pourra en effet être tenté de déformer la réalité de ses pratiques ou représentations afin d'apparaître sous un aspect flatteur auprès de l'enquêteur. Ces imaginaires étaient alors évoqués au sens large dans une visée théorique, tant au niveau de la légitimité des goûts esthétiques que de celle des usages technologiques ou de tout type d'opinion exprimée. On peut toutefois se demander quelles sont les logiques de légitimité étant propres au régime numérique, période propice, en raison des dynamiques d'effacement/reconfiguration des structures institutionnelles de diffusion face aux dispositifs individuels, à l'expansion d'un certain relativisme culturel.

Il est ici nécessaire de revenir momentanément sur la provenance, dans le contexte de cette analyse, des problématiques de légitimité. Comme l'énonce Hannah Arendt en 1968 dans *La crise de la culture*, une caractéristique de l'époque moderne est que la culture est désormais dépendante de considérations utilitaires et non simplement de considérations esthétiques. A ce titre, elle devient un outil intimement lié à l'évolution sociale des individus. C'est sur un constat similaire que Pierre Bourdieu va construire ses théories de la stratification sociale des goûts, aussi appelées « théories de la légitimité ». C'est dans *La Distinction, critique sociale du jugement* que le sociologue théorise ses concepts, stipulant que le label d'un objet culturel dépend avant tout de

l'usage qui va en être fait socialement. « La puissance de la légitimité d'une action ou d'un dispositif symbolique est dérivée, en dernière instance, de la force des groupes dont elles expriment les intérêts » (Fabiani, 2007, p. 14). Le capital culturel, à travers l'arbitraire de son accès selon le statut de l'individu, est convertible en prestige social. A ce titre, il va dans le sens de la « violence symbolique » des classes dominantes, telle que théorisée notamment par Max Weber.

Ces théories de la légitimité culturelle, ayant occupé une place essentielle dans le paysage sociologique de la deuxième moitié du XXème siècle, sont pourtant ancrées dans une appréhension « traditionnelle » des mécanismes sociaux de stratification de l'accès aux contenus culturels. Or, comme nous l'avons vu à de multiples reprises, le développement et la diffusion des outils numériques individuels depuis la fin des années 1990 ont rapidement conduit à une reconfiguration de cet accès aux contenus, dépassant le simple cadre d'une stratification sociale fixe. Les enjeux du régime numérique donnent ainsi nécessairement lieu à une remise en question de l'impact des théories de la légitimité et des imaginaires y étant attachés. Il convient donc ici d'ajouter aux deux types de mobilité spectatorielle évoqués plus haut un autre type de mobilité, dont il a déjà été fait mention en début de partie : celle des *représentations* spectatorielles, notamment concernant les thématiques de légitimité telles qu'elles se déploient en régime numérique et traversant le parcours de construction identitaire de tout spectateur.

Nous avons déjà vu en quoi le Marché du Film constitue à Cannes une sorte d'espace de déploiement privilégié pour une véritable *cinéphilie bis* et est, en cela, souvent mis en opposition avec le Festival, ce dernier étant perçu comme le véhicule d'une vision beaucoup plus traditionnelle de la légitimité culturelle. Cette opposition donne lieu à une double catégorisation *a priori* contradictoire du Marché : à la fois espace relevant de logiques économiques strictes mais également porteur d'une cinéphilie aventureuse, décomplexée et passionnée. Ce cas spécifique nous amène à nous demander comment se déploie une telle configuration de représentations, où est observé le déploiement d'un relativisme culturel assez important pour permettre une mise à niveau des différents pans de culture cinématographique.

L'usage d'Internet et des technologies numériques – dont l'évolution et la diffusion sont particulièrement visibles au sein du Marché – pose une question d'importance concernant ces thématiques de légitimité. L'articulation de la domination symbolique – conditionnant les dynamiques de légitimité culturelle – étant largement le fait des institutions dites « officielles », le fait que l'accès individuel à l'information et aux contenus en régime numérique échappe de manière croissante à ces institutions signifie-t-il que les frontières de légitimité culturelle se trouvent déplacées ?

Les questions de légitimité cinématographique ou technologique ne constituent pas le cœur de notre recherche. Toutefois, relevant comme nous l'avons vu d'une forme de mobilité spectatorielle, il convient tout de même ici d'évoquer dans quelle mesure elles ont pu apparaître au fil des différents entretiens menés. Cette thématique n'ayant pas été traitée dans le cadre spécifique de l'enquête au Marché du Film, nous avons élargi le cas évoqué plus haut afin de ne nous en remettre principalement aux entretiens réalisés avec des spectateurs dits « classiques », nous questionnant ainsi sur l'articulation de leur rapport aux dispositifs technologiques et aux représentations légitimistes.

Quatre interrogés sur les 14 de notre échantillon – répartis sur les trois années de notre présence sur le terrain cannois – se sont ainsi exprimés, tous spontanément dans le fil de la discussion, sur leur rapport aux questions de légitimité culturelle et plus précisément cinématographique – même s'ils ne formulaient jamais leurs propos en utilisant cette terminologie. Il s'agissait en 2009 de Julien (36 ans), en 2010 de Pauline (26 ans) et Bastien (22 ans), enfin en 2011 de Sophie (25 ans). De chacun de ces entretiens a été mis en lumière un rapport important existant entre les usages des dispositifs technologiques numériques et les manières d'appréhender la symbolique de légitimité culturelle. Nous ne mentionnerons ici, pour des raisons de lisibilité, que quelques extraits illustrant ce rapport de manière particulièrement pertinente, comme dans le cas de Bastien :

« Non mais c'est sûr qu'Internet ça change la manière d'accéder à des trucs, mais ça change aussi la manière de les voir. Quand t'es curieux, tu choppes beaucoup de films, c'est super diversifié. T'enchaines un gros film de genre avec un truc que les Cahiers du Cinéma adorent, c'est normal. Ya un rapport plus décontracté au cinéma je trouve. On est plus vraiment dépendant des

studios ou du fonctionnement du monde du cinéma pour voir ce qu'on veut. Donc on le voit quand on veut, comme on veut, et on découvre des trucs sur lesquels on serait jamais tombé avant. Les gens qui sont encore dans une optique Cahiers du Cinéma, c'est des conneries. Avec Internet, t'as plus ce genre de hiérarchisation, ya du bon partout, suffit de chercher. »

(Bastien, 22 ans, étudiant – 2010)

Bastien évoque ici l'impact de la personnalisation des modes d'accès et du volume des contenus accessibles sur les mécanismes de perception, associant au passage la revue des Cahiers du Cinéma à cette symbolique de légitimité « traditionnelle ». Il effectue en outre l'association entre les structures institutionnelles officielles et la création des mécanismes de légitimité : si ces derniers se trouvent à son sens redessinés, c'est principalement en raison de la perte de contrôle croissante des institutions sur l'accessibilité des individus aux contenus. Sophie nous offre une approche similaire de l'influence du mode d'accès sur les manières pour les spectateurs d'appréhender les hiérarchies de légitimité, en nuancant toutefois « l'effet de volume » dont il a précédemment été question :

« Ya le risque de l'effet de volume, beaucoup de gens tombent là dedans, à télécharger des tonnes de films qu'ils ne regarderont jamais. L'avantage c'est qu'Internet et le numérique, ça rend les gens plus curieux. On a plus à s'emmerder avec du prémâché, maintenant on peut chercher activement soi-même, plus que jamais. J'ai l'impression que ça déteint sur le monde du cinéma, je n'ai plus l'impression d'être dans une période de « ciné à papa » avec les vieilles manières un peu guindées de voir le cinéma. Aujourd'hui ya une liberté énorme, même dans la manière de considérer les films, ça se ressent partout. Ça se voit par exemple avec l'effet de mode sur la culture *geek* par exemple. Tous ces trucs dont on riait il y a pas longtemps arrivent sur le devant de la scène et sont pris au sérieux, ça devient cool. Perso j'adore les films de genre, aujourd'hui je peux en trouver partout, beaucoup plus que je n'aurais pu avant et beaucoup plus que je ne pourrai jamais regarder. »

(Bastien, 22 ans, étudiant – 2010)

L'effet de mode médiatique évoqué sur la « culture *geek* » esquisse, comme plus haut, une perception renouvelée des structures de légitimité qui n'est désormais non plus le seul fait des utilisateurs d'Internet et des outils numériques au sens large, mais un phénomène se cristallisant peu à peu dans l'imaginaire collectif à travers une sorte d'effet pyramidal. Les frontières dites « traditionnelles » de légitimité semblent donc, à travers les perceptions des spectateurs interrogés, avoir été indéniablement mises en mouvement principalement à travers les évolutions technologiques ayant marqué les années 2000, illustrant ainsi la notion de *mobilité des représentations* propre au régime numérique telle que nous l'avons évoquée plus haut. Cette idée d'une *liberté* renouvelée, à la fois d'accès et de représentations, pose toutefois une autre problématique qui devra faire l'objet d'enquêtes ultérieures spécifiquement attachées à cet objet de recherche : cette représentation de liberté s'ancre-t-elle dans un processus linéaire de relativisme culturel ou constitue-t-elle un simple déplacement des structures de légitimité, ces dernières continuant à perdurer dans une configuration différente ?

Une co-construction complexifiée du pacte de réception : l'hypothèse d'un régime du « méta-spectateur »

Comme nous l'avons vu notamment dans notre partie consacrée aux contradictions inhérentes à la notion de « nouveau spectateur », les concepts ayant été formés afin d'appréhender les différentes évolutions spectatorielles au cours du temps sont multiples. Qu'entendons-nous alors par la terminologie « méta-spectateur » ? Le préfixe *méta* revêt étymologiquement une double dimension, signifiant à la fois un aspect de *réflexivité* et un aspect de *dépassement*. Nous avons choisi cette terminologie dans la mesure où cette double signification semble se poser en adéquation avec les principales évolutions spectatorielles permises par la diffusion des dispositifs numériques, telles que nous les avons décrites et analysées jusque-là notamment à travers la thématique de la *mobilité*. C'est en effet les notions de *réflexivité* et d'*expertise* spectatorielles qui, notamment à travers les modalités évolutives d'accès à l'information, ont principalement été mises en avant : un regard du spectateur de plus en plus précis sur

lui-même et porté, au-delà de l'œuvre, sur l'environnement dans lequel cette dernière s'inscrit.

Nous parlons ici de *régime* du méta-spectateur afin d'éviter l'écueil de notions relevant d'une logique de rupture, comme celle d'un hypothétique *nouveau spectateur*. Les évolutions spectatoriennes en régime numérique dont il est question dans cette recherche ne touchent pas chaque individu de la même manière et leur diffusion sociale n'est en rien uniforme. Parler du méta-spectateur comme d'une évolution globale reviendrait à s'ancrer dans une optique simpliste d'uniformité et interdirait toute nuance dans le questionnement. Par *régime*, nous désignerons donc certains traits comportementaux spectatoriels spécifiquement attachés à notre objet de recherche. Les différents niveaux de cristallisation de ces traits chez les individus relèvent d'un autre questionnement.

Nous parlons également d'*hypothèse* du méta-spectateur dans la mesure où, l'interrogation de ces traits spectatoriels ne constituant pas spécifiquement le point de départ de cette recherche, ils n'ont pu être effectivement intégrés à la temporalité limitée de nos protocoles d'enquête. Les traits du régime méta-spectatorial relèvent plus de « symptômes » de notre recherche, apparus en filigrane des questionnements précis de notre enquête au Marché du Film et de nos entretiens avec des spectateurs du Festival. Nous parlons ainsi d'*hypothèse* dans la mesure où ces traits spectatoriels nécessitent de faire l'objet de recherches spécifiques ultérieures, à travers des protocoles d'enquête élaborés spécifiquement pour les interroger. Nous ne ferons ici qu'*esquisser* ces traits.

Jean-Marc Leveratto est l'un des principaux auteurs à avoir abordé cette question de l'expertise culturelle de l'individu sous une optique esthétique, ayant pour ambition d'établir une véritable « sociologie de la valeur artistique ». Toutefois, contrairement à Leveratto ou même à Bruno Pequignot dans son ouvrage « Pour une sociologie esthétique », nous ne prétendons pas aborder ici cette notion ni celle de réflexivité sous une perspective principalement *esthétique* au sens où l'entendent les auteurs. D'une part, l'expertise ici interrogée est aussi bien informelle qu'esthétique. L'accès numérique à l'information et aux contenus en amont et en aval de l'œuvre permet une exposition à l'information plus volumineuse et facilitée, et ainsi une contextualisation de l'expérience

plus précise et experte. D'autre part, nous ne nous sommes pas interrogés dans le cas de notre objet de recherche sur une esthétique artistique mais plutôt sur une *esthétique de diffusion*. Dans le cas où la notion d'esthétique – en l'occurrence d'esthétique numérique – a été ici interrogée, il ne s'agissait pas de se demander quel jugement de valeur les individus portent sur elle. Dans le cas de cette esthétique numérique de diffusion, il s'agissait plutôt de se demander si la *conscience* d'une telle perception était observable ou non.

La notion de réflexivité, en l'occurrence ici dans le cas des spectateurs de cinéma, n'est quant à elle bien entendu pas une spécificité du régime numérique. Il y a ainsi pour la question des publics, selon Laurent Fleury, un « double-corps » : celui de spectateur mais aussi celui de sa conscience du public en tant que public (2005, p. 47) : cette réflexivité se trouve au cœur même de l'identité spectatorielle individuelle et collective. Se basant sur les travaux de Clifford Geertz, Andréanne Pâquet en arrive quant à elle à un constat analogue, stipulant que ce qui est produit à travers le rituel cinématographique, « c'est un méta-discours de la société sur elle-même » (2003). Toutefois, cette réflexivité spectatorielle en régime numérique revêt certains aspects spécifiques. Sylvie Thouard cherche à illustrer ces aspects à travers l'exemple des publics de films tournés avec des téléphones mobiles numériques. L'auteur déclare ainsi que « les spectateurs de ces films tournés avec un téléphone mobile ne cherchent pas d'abord à suivre une histoire, mais s'intéressent plutôt à ce qu'on peut faire avec cet outil familier » (2006, p. 60). Ce qui est avant tout mis ici en évidence est le fait que la perception et la connaissance informelle des dispositifs étant plus que jamais accessible, les spectateurs s'interrogent de plus en plus non sur l'œuvre seulement, mais sur tout le processus créatif et technologique l'entourant ainsi que leur place au sein de ce processus.

Comment interroger le rapport entre l'évolution des dispositifs technologiques et celle des traits spectatoriels d'expertise et de réflexivité en régime numérique ? Le « spectateur professionnel » constitue au premier abord, à travers les ressources réflexives et d'anticipation qu'il met en œuvre dans son activité, la figure la plus proche de ce que nous nommons le *régime du méta-spectateur*. Toutefois, est-ce que les traits de ce méta-spectateur en régime numérique se retrouvent également de manière plus

accentuée chez des publics plus « classiques » ? S'en remettre à une ponctualité des entretiens s'avérerait nécessairement insuffisant : il est nécessaire d'interroger le rapport entre dispositifs et traits méta-spectatoriels dans le temps moyen, voire long, afin d'observer s'il s'agit d'une réelle tendance ou d'un arbitraire ponctuel de comportements spectatoriels spécifiques. Nous avons pris le parti méthodologique d'interroger cette évolution à travers les trois spectateurs dits « classiques » qu'il nous a été permis d'interroger sur les trois éditions du Festival de Cannes, afin d'appréhender leurs parcours spectatoriels à plusieurs moments répartis à intervalles réguliers dans le temps.

Ces trois spectateurs sont Aude (27 ans, chargée de mission fonds social européen à la Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle), Stéphanie (35 ans, chargée de diffusion dans une structure de management d'artistes musicaux) et Antoine (24 ans, étudiant). Peut-on déceler, entre les différents moments où ils ont été interrogés, des tendances et évolutions spectatorielles communes ? Du travail comparatif effectué aussi bien horizontalement (entre les trois profils considérés dans le cadre d'une même année) que verticalement (l'évolution du contenu des entretiens d'une année à l'autre) sont principalement ressortis deux points nous renseignant sur la thématique ici interrogée :

- Le méta-spectateur serait constructeur, plus que jamais en régime numérique, de son propre horizon d'attente.
- La perception croissante d'une esthétique numérique de diffusion est observée, par opposition à une esthétique analogique.

Les trois interrogés, lors de chacun des entretiens, ont témoigné d'une conscience importante des caractéristiques de leur *pouvoir* spectatorial en régime numérique, que ce soit en amont ou en aval de l'expérience de l'œuvre. Aucune évolution n'a pu être observée à ce niveau dans la mesure où, dès 2009, cette conscience était déjà fortement et explicitement établie chez eux. Les trois ont un usage des outils et réseaux numériques qu'ils présentent comme fort. A titre d'exemple, Aude, qui ne travaille pas dans le milieu culturel, couvre pourtant en 2010 le Festival pour un blog culturel.

Antoine, dès 2009, parle de son usage d'Internet et des réseaux sociaux comme indispensable à son approche de l'expérience cinématographique :

« Un contrôle plus fort sur la manière de voir les films... Je dirais oui. Sur Internet on trouve absolument tout, on est libre de faire les recherches qu'on veut, et surtout on peut savoir énormément de trucs sur les films qu'on va voir ou qu'on veut voir. Moi, je me documente beaucoup sur les films via Internet, j'adore ça. Forcément, ça fait de moi quelqu'un d'exigeant, mais je trouve que c'est mieux comme ça. Des gens plus exigeants qui peuvent dire ce qu'ils pensent sur Internet, c'est une bonne chose non ? Ca a forcément un impact, ça peut tirer les choses vers le haut. Et les producteurs, tout ça, ils peuvent plus faire n'importe quoi, en face d'eux ils ont des gens à qui ils peuvent plus refourguer discrètement de la merde. Les gens plus documentés et plus exigeants, ça crée une sorte de filet qui fait le tri. »

(Antoine, 24 ans, étudiant – 2009)

Stéphanie tient, en parallèle, un discours semblable :

« Ouais, je dirais que le numérique, tout ça, ça me rend plus avertie, j'en sais beaucoup plus sur le monde du cinéma, comment les choses se font. Ca permet d'y voir plus clair, de savoir où regarder, savoir ce qu'on va voir, mieux choisir et mieux comprendre même. »

(Stéphanie, 35 ans, chargée de diffusion dans une structure de management d'artistes – 2009)

Ce qui ressort de ces deux extraits d'entretiens est avant tout l'évolution du niveau individuel d'expertise que chaque interrogé estime détenir, lui permettant de mieux appréhender l'œuvre filmique mais, également et surtout, le contexte dans lequel elle s'ancre. Chacun des deux interrogés s'estime alors mieux en mesure de s'orienter, en tant que spectateur, dans ce contexte. C'est en cela que nous stipulons que l'évolution méta-spectatorielle conduit à une construction croissante de l'horizon d'attente par le spectateur lui-même. Ce qui relève traditionnellement de la construction de l'envie et des attentes des spectateurs par le travail de communication des studios ou encore des

distributeurs se trouve déplacé de manière croissante vers le spectateur lui-même, qui se trouve en mesure de choisir la nature et le volume des informations qu'il va assimiler.

Ce que nous appelons *esthétique numérique de diffusion* est, comme nous l'avons vu en partie de contextualisation, le rendu d'image spécifique au dispositif numérique de diffusion en salle, amené à remplacer de manière croissante le dispositif analogique de la bobine car plus facile d'utilisation, moins onéreux et débarrassé de l'usure de la pellicule. Nous nous sommes penchés sur la question de cette esthétique de diffusion dans la mesure où son observation nécessite un niveau d'expertise spectatorielle extra-filmique, ayant trait au dispositif de diffusion lui-même. Identifier cette esthétique revient à regarder au-delà de l'œuvre elle-même. Concernant cette question, Aude déclare en 2009 :

« Je m'en rends toujours compte quand je regarde un film. Par contre, je ne me suis jamais vraiment posé des questions autour, pour m'expliquer mes réactions ou pourquoi j'y faisais attention, mais oui, ça fait partie de notre habi... Enfin, quand on regarde un film, on a l'habitude des imperfections et ce n'est pas forcément gênant. »

(Aude, 27 ans, chargé de mission fonds social européen à la DGEFP – 2009)

Si Aude évoque ici implicitement les imperfections de la bobine comme un trait esthétique des dispositifs analogiques pouvant susciter un attachement extra-filmique des spectateurs, elle ne s'est toutefois pas plus étendue sur le sujet. Le cas de Stéphanie nous a permis de nous pencher plus précisément sur la question de cette esthétique. En 2010, elle évoque son rapport individuel à cette notion :

« Au début, quand les films ont commencé à être projetés en numérique, je n'ai pas du tout fait attention. J'ai commencé à faire gaffe et à me poser la question quand j'ai vu *Grindhouse* de Tarantino et Rodriguez. Tourner un truc en numérique en faisant semblant que ce soit de la bobine abîmée, c'est quand même assez dingue. Le paradoxe. Donc là, ouais, j'ai commencé à me rendre compte que, quelque part, le côté imparfait de la bobine me manquait un peu. Mais je pense qu'en général les gens s'en foutent, ils font pas

vraiment attention. Faut être assez cinéphile pour faire attention à ce genre de trucs. »

(Stéphanie, 35 ans, chargée de diffusion dans une structure de management d'artistes – 2010)

Réinterrogée en 2011, Stéphanie évoque à nouveau ce rapport à l'esthétique numérique de diffusion, mais en l'élargissant au-delà de son cas individuel :

« L'année dernière quand on en a parlé, ça m'a fait réfléchir, depuis c'est un truc auquel j'ai été attentive. J'ai un peu regardé autour de moi ce que les gens en pensent, et je sais pas si c'est parce qu'on en a discuté, mais j'ai l'impression que depuis, de plus en plus de gens sont sensibles à ça. Bon bien sûr, la plupart non, mais les gens un peu versés dans la culture, qui sont beaucoup sur Internet, tout ça, oui. Sur Internet ya beaucoup d'analyse, de mise en abîme, des vidéos courtes qui permettent d'en savoir plus sur le cinéma. Tout devient plus familier, on a plus conscience de ce qui se passe. Enfin, c'est juste une impression mais oui, je trouve que les gens sont de plus en plus érudits sur pas mal de trucs et deviennent plus exigeants. »

(Stéphanie, 36 ans, chargée de diffusion dans une structure de management d'artistes – 2011)

On voit ici en quoi, selon Stéphanie et conformément à notre hypothèse, les usages en régime numérique semblent renforcer l'expertise du regard spectatorial, permettant une mise en contexte plus précise et subtile des œuvres. L'exemple de la construction des horizons d'attente et de l'esthétique numérique de diffusion nous a donc permis de déceler, dans les entretiens réalisés auprès de nos trois interrogés, les traits de ce que nous avons conceptualisé comme constituant le *régime méta-spectatorial*. Rappelons que ces éléments demeurent avant tout des *pistes* destinées à réinterroger cette figure à travers une enquête y étant spécifiquement consacrée.

5. La gestion du temps social spectatorial au sein de l'espace-temps festivalier

La désynchronisation des rituels sociaux festivaliers

Nous l'avons vu, la *temporalité* est une dimension essentielle pour appréhender l'évolution des pratiques et représentations des individus en régime numérique. Dans le cadre de l'enquête au Marché du Film, il s'agissait notamment de la variable de l'âge, individuel et/ou institutionnel, afin d'interroger de potentielles fractures générationnelles concernant les usages numériques. A cette appréhension de la temporalité que nous qualifierons de *structurelle* s'ajoute une temporalité plus *ponctuelle* : celle des usages sociaux eux-mêmes. La temporalité qui nous intéresse ici est donc la temporalité des individus *en situation*, telle qu'elle se déploie au cœur de notre sujet : quelque part à la jonction des temporalités des pratiques technologiques, cinématographiques et festivières.

La question de la désynchronisation des rituels sociaux ici traitée, ayant trait à la figure du *spectateur mobile* mais également à la *numérisation* des modes d'accès aux œuvres et à l'information, relève d'un pouvoir croissant d'appropriation, chez les individus, de la temporalité de leurs pratiques sociales. Nous avons précédemment vu en quoi un décalage peut se déployer entre les temporalités individuelles et les temporalités sociales, notamment à travers l'usage des relais numériques : la temporalité individuelle s'adapte à l'évolution des modes d'interaction entre les différents espaces de communication, qu'ils soient physiques ou numériques. Nous avons affaire, chez les individus, à des phénomènes répétés de déconstruction et de réajustement de leurs rapports à différents niveaux du tissu social.

Ce constat nous amène logiquement, dans le cadre de cette recherche, à nous questionner sur l'effet de telles évolutions sur la forme festivière, dont la nature relève traditionnelle d'un rapport fort à l'homogénéité de l'espace-temps et d'un effet de

synchronisation des expériences individuelles. Il s'agit là du rituel du « voir ensemble » festivalier : un ensemble de codes sociaux temporellement et spatialement concentrés, permettant la constitution d'une communauté de spectateurs unie autour d'une identité festivalière spécifique.

« Les pratiques rituelles exercent un pouvoir sur la constitution des identités individuelles et collectives, agissent également en favorisant l'intégration des individus au sein de groupes sociaux, et manifestent enfin leur *efficacité symbolique* dans le pouvoir d'attribution de sens et de signification qui participe dès lors à la régulation des crises et/ou, plus largement, de la vie en société. » (Fleury, 2005, p. 119)

L'auteur pointe là l'impact social essentiel des dynamiques de ritualité. Affaiblir les pratiques rituelles serait donc susceptible de conduire à une déstructuration de l'expérience collective et des repères sociaux. Quel effet les dynamiques de désynchronisation individuelle en régime numérique peuvent-elles alors revêtir ? Il s'agit de se demander dans quelle mesure l'évolution des modalités de la *mobilité* spectatorielle déconstruit le rapport collectif aux rituels cinématographiques festivaliers. A-t-on affaire à un délitement de cette ritualité ou à un simple déplacement ?

Nous pouvons illustrer ce questionnement en allant jusqu'à construire un parallèle entre notre présente problématique et celle du multiculturalisme. En effet, dans le cas d'un multiculturalisme politique strict, placer l'expression de tous les particularismes culturels sur un même niveau de légitimité au sein d'une nation peut conduire à la constitution de multiples communautarismes et ainsi à un processus de fragmentation sociale. La constitution de référents culturels communs suffisamment forts symboliquement s'avère nécessaire pour limiter, voire éviter cette fragmentation. La recherche de cet équilibre délicat entre référents communs et particularismes individuels/de groupes constitue un double enjeu primordial au sein de la question du multiculturalisme.

De la même manière dans le cas du domaine culturel – et plus particulièrement les sphères cinématographique et festivalière qui nous intéressent ici, il serait aisé de

postuler, face aux évolutions numériques, que plus se développe une personnalisation du rapport individuel aux œuvres et plus se développent par réaction des formes de communautarisme spectatorial, ainsi qu'un ciblage de plus en plus précis par l'industrie cinématographique de ce que nous pourrions appeler des *micro-publics*.

Comme nous le verrons particulièrement dans le deuxième volet d'enquête consacré au Festival de Kinotayo, cette question du délitement d'une forme traditionnelle du collectif n'est pas unilatérale : elle s'accompagne d'une restructuration des modalités de « l'être ensemble ». On pourra alors se demander à travers quelles modalités, dans ce contexte d'observation, le « voir ensemble » au cœur de la traditionnelle expérience cinématographique et festivalière se déploie alors. Quelles dynamiques, quels espaces et quelles temporalités nous permettent d'identifier chez les publics ce déplacement des référents communs, vecteurs de continuité et d'homogénéité ? Toutefois, il s'agit là du deuxième volet de notre questionnement. C'est, dans un premier temps, sur les dynamiques de désynchronisation elles-mêmes que le terrain cannois nous a permis de nous pencher, à commencer par le Marché du Film.

Il est délicat de parler de désynchronisation dans le cas du Marché du Film car, comme nous l'avons vu en traitant les résultats d'enquête, l'homogénéité de la manifestation tient pour une grande partie aux impératifs symboliques de l'échange marchand. On peut toutefois déceler, même dans cet environnement, des éléments de désynchronisation, qu'ils soient potentiels ou *en acte*.

Un travail d'analyse comparative entre les deux volets de l'enquête au Marché semble nous indiquer une certaine homogénéité temporelle dans les pratiques et représentations numérique, et ainsi dans le phénomène de désynchronisation progressive dont il est ici question. En effet, comme établi dans le compte-rendu de 2011, aucune zone de rupture dans les réponses obtenues n'a été décelée.

L'une des thématiques interrogées concernait la durée de la manifestation, nous permettant ainsi de mettre en lumière les frictions entre les temporalités individuelles et la temporalité de la manifestation. Ces dernières se sont avérées être une réalité que l'édition 2010 nous a permis d'observer.

Trouvez-vous le Marché du Film trop long ? (2010)

	Total
Oui	16
Non	3
Sans opinion	0

Ces résultats se sont avérés indépendants d'une constante identifiable, que ce soit au niveau de la variable de l'âge individuel, de celle de l'âge institutionnel ou encore de celle du genre. Il ressort d'une majorité des entretiens effectués en 2010 avec les usagers que l'usage d'une plateforme *streaming* et de dispositifs numériques en général servirait avant tout à une chose : raccourcir la durée du Marché et « l'obligation » de présence en transférant en amont et en aval du Marché une partie du travail traditionnellement réalisé pendant son déroulement, permettant alors aux usagers de s'échapper d'un carcan perçu comme trop rigide. Les technologies numériques sont alors perçues comme une manière de rendre l'espace-temps du Marché moins contraignant, approprié de manière plus individuelle. Sans aller jusqu'à « l'horizon numérique » du festival *online*, ce à quoi nous avons affaire ici tient plus du parcellaire, de la reconfiguration ponctuelle et partielle. Il s'agit d'une manière d'adapter l'espace-temps strict de la forme festivalière aux spécificités individuelles : une véritable volonté de *distordre* l'espace-temps se fait jour.

L'édition 2011 nous a posé face à un constat similaire et des proportions quasi identiques dans les réponses. Comment identifier de potentielles zones de rupture lorsque deux échantillons, ayant évolué d'une année à l'autre ? Nous avons employé une méthode de décorticage à la fois *générale* et *spécifique*. L'aspect général visait à raisonner en terme de pourcentages et de comparer les deux échantillons comme deux entités uniformes. Cette méthode a été rendue possible par la composition très proche des échantillons : respectivement 19 et 20 usagers interrogés, comportant un socle commun de 17 firmes. Méthodologiquement, nous avons vu que les niveaux de discours étaient facilement et rapidement identifiés. Le décorticage général ici employé, basé sur

la proximité des échantillons, nous a donc servi à interroger les évolutions à un niveau institutionnel avec une marge d'erreur réduite, les proportions dans les réponses étant pour toutes les thématiques traitées très proches d'une année à l'autre. L'aspect spécifique de notre méthode de décortilage nous a servi à contourner un écueil, celui des cas où les interrogés adoptaient un niveau de discours individuel, certains interlocuteurs ayant changé pour trois des firmes communes à 2010 et 2011. Le travail comparatif a alors nécessité de prendre en compte les variables de l'âge et du genre afin de contextualiser les réponses. Toutefois, ce travail a été facilité par le fait que, sous l'angle de ces deux variables, les compositions des échantillons 2010 et 2011 sont restées quasi identiques. Pour plus de détails sur l'évolution des échantillons, nous renvoyons le lecteur au compte-rendu d'enquête 2011 en ANNEXE 3.

Cette double méthode de décortilage des échantillons, permettant un travail comparatif précis et contextualisé, nous a donc mis face à une absence de dynamiques de rupture. Les proportions dans les réponses restaient extrêmement proches, nous présentant une approche très progressive et linéaire des phénomènes de désynchronisation, probablement liée au temps nécessaire à la cristallisation sociale des différentes évolutions et innovations numériques.

Comme nous l'avons vu toutefois, la question de la désynchronisation festivalière au Marché du Film relève avant tout de considérations professionnelles d'efficacité et de confort. On peut alors se demander dans quelle mesure il est possible de déceler les indicateurs d'une telle désynchronisation des rituels sociaux hors du strict cadre du Marché. Cette perspective d'une dilatation de l'espace-temps peut-elle être décelée chez des spectateurs dits « classiques » ?

Les différents entretiens menés au long des trois éditions ont permis de provoquer chez les interrogés une réflexion sur cette manière d'être à la fois *dans* et *hors* du Festival, ainsi que sur la signification que revêt alors la forme festivalière dans leur expérience. Aude évoque ainsi, dès 2009, le paradoxe traversant l'activité de retransmission du Festival sur le réseau social *Twitter* :

« Ben je trouve, oui ! Qu'on ne profite pas à 100% du moment quand on veut retransmettre. Et en même temps, je vois peut-être ça d'un côté très participatif, mais c'est l'idée aussi d'essayer de faire partager au plus grand nombre ce à quoi on assiste vous voyez. C'est quelque part une démarche un peu... oui enfin, c'est vraiment le maître mot de la participation. Mais au final, on est un peu déporté de ce pour quoi on est là. »

(Aude, 27 ans, chargé de mission fonds social européen à la DGEFP – 2009)

Aude soulève ici à nouveau la problématique majeure se déployant au sein des cosmogonies spectatorielles numérique : à force d'être *ailleurs* pour mieux communiquer le fait d'être *ici*, est-on vraiment *ici* ? Bastien évoqué quand à lui, en 2010, l'évolution de la temporalité individuelle à travers laquelle il vit le Festival :

« Si ça change mon rythme au Festival ? Oui, je pense. On peut récupérer les infos soi-même partout, à partir de son iPhone, donc bon. On fait moins d'erreurs, on sélectionne ce qu'on va voir plus précisément, on passe plus trois jours à se perdre vu qu'on a les cartes numériques sous la main... Donc ouais, c'est sûr, ça change du rythme qu'on pourrait avoir sans le numérique ou Internet. »

(Bastien, 22 ans, étudiant – 2010)

La dépendance des individus face aux ressources – informelles et symboliques – offertes dans l'espace-temps de l'institution s'effaçant de manière croissante, le spectateur se trouve plus que jamais producteur de son propre rythme d'expérience. Il existe, bien entendu, certains repères spatiaux et temporels immuables dans le cadre de la manifestation, notamment les séances de films et événements spécifiques, constituant les repères communs évoqués plus haut dans l'exemple du multiculturalisme. Toutefois, la prise individuelle de contrôle du rythme d'expérience semble se déployer partout ailleurs, en amont et en aval des projections, irrigant l'ensemble de l'expérience festivalière et des manières de vivre son collectif. S'il est difficile de parler de véritable délitement du « voir ensemble » en raison des repères susnommés, peut-on parler de fragmentation de « l'être ensemble » ? Sophie, en 2011, nuance cette idée :

« C'est vrai que ça peut avoir tendance à isoler les gens au sein du public, c'est le risque, c'est paradoxal d'ailleurs. Mais je sais pas, je regarde autour de moi et quand même, j'ai pas l'impression que les gens sont chacun dans leur coin. Bon bien sûr il y en a beaucoup qui ont le nez sur le téléphone, mais ce sont pas des autistes non plus. Quand je viens ici, j'ai vraiment l'impression que les gens sont ensemble. Bon après ya aussi les nouveaux trucs, les iPad par exemple, ça devient *too much* ces gros trucs, là les gens sont vraiment rivés dessus 24h sur 24. »

(Sophie, 25 ans, étudiante – 2011)

L'apparition des iPad en 2011 est particulièrement heuristique en cela qu'elle semble constituer un *palier symbolique*. L'iPad ne constitue pourtant en rien une nouveauté : il est une optimisation de relais numériques dont les fonctionnalités ont commencé à se cristalliser dans les usages communs durant les années précédant cette recherche. Pourquoi alors, dans une expression d'arbitraire individuel, Stéphanie décide-t-elle de qualifier l'iPad de *too much* ? Nous nous retrouvons ici à nouveau dans la temporalité du processus social de diffusion des innovations technologiques. Ce que révèle Stéphanie, c'est l'articulation d'une représentation et d'une rhétorique de *rupture*, telle que nous l'avons théorisée dans la partie de contextualisation de cette recherche.

Il s'avère alors nécessaire de nous interroger encore une fois sur la notion de *zone d'inertie* dans le processus social de diffusion des innovations techniques, notion évoquée à plusieurs reprises dans ce travail de recherche, afin de mettre en lumière le type d'arbitraire de perception dont fait preuve Stéphanie. Il est ici question du décalage existant entre ce qui relève socialement du *directement visible* et ce qui relève du *processus parfois invisible d'évolution structurelle*. La désynchronisation sociale en régime numérique, fortement tributaire de l'évolution des outils et dispositifs techniques, est nécessairement conditionnée en partie par ce phénomène d'inertie.

Il convient, afin d'illustrer cette notion, de revenir au cas du Marché du Film. Le décalage mentionné ci-dessus ressort des propos de certains usagers de notre échantillon de 2011 lorsqu'ils déclarent que, malgré des évolutions de faible ampleur dans les outils et pratiques des spectateurs ces trois dernières années – les principales évolutions

numériques caractéristiques des années 2000 s'étant selon eux produites les années précédentes, ce qu'ils nomment une « évolution majeure » semble toutefois selon eux se profiler dans un futur proche.

Il est ici assez intéressant de noter qu'une partie conséquente des interrogés de notre échantillon au Marché du Film, professionnels de l'industrie cinématographique, évoquent – nous renvoyons encore une fois le lecteur en ANNEXE 3 – le concept « d'évolution majeure » sans toutefois parvenir, même lorsque nous les avons explicitement questionnés à ce propos, à techniquement définir ce qu'ils désignent par cette terminologie. Ces usagers se sont pourtant distingués, dans leurs réponses concernant les évolutions spectatorielles entre 2009 et 2011, par une prise de distance notable avec ce que nous avons appelé « rhétoriques de la rupture », nuancant les symboliques de révolution technologique. Or, cette nuance dans le discours semble s'effacer lorsqu'ils évoquent le futur proche à travers cette idée « d'évolution majeure » à venir. La nuance dont ils faisaient preuve, liée à l'expertise de leurs statuts de professionnels de l'industrie cinématographique, semble donc être temporellement très rattachée à ce qui relève du passé et du présent, mais pas du futur, qu'il soit proche ou non. Le regard sur l'avenir, par la zone d'inconnu qu'il recèle, semble être un terrain plus fertile à l'extrémisation des analyses et discours.

Cette idée d'une « évolution majeure », même si elle reste floue et délicate à interroger scientifiquement, illustre toutefois le décalage dont il est fait mention plus haut concernant les processus sociaux d'évolution et de diffusion. Les évolutions sociales structurelles, avant d'émerger et de s'imposer au regard collectif, semblent se développer tout d'abord implicitement, à travers des mécanismes multiples et complexes. C'est cette *zone d'inertie*, telle que nous l'avons nommée et se rapprochant schématiquement de l'image d'un *calme avant la tempête*, qui semble se situer entre deux périodes d'évolutions sociales prononcées, technologiques et/ou culturelles.

Nous avons employé le terme d'*inertie* dans la mesure où nous désignons avant tout des périodes où les évolutions sociales d'un domaine spécifique semblent ralentir, laissant les dynamiques et processus déjà existants se « décanter » dans les pratiques et représentations sociales avant de laisser de nouvelles innovations et évolutions se

développer. Une innovation ne s'inscrira pas instantanément dans les représentations et les pratiques des individus : ceux-ci possèdent un seuil et un rythme propre d'adaptation aux évolutions sociales. Ce processus d'adaptation nécessite une temporalité plus longue, créant ainsi un décalage dans le rythme social de diffusion dont il est ici question. La *zone d'inertie* constitue donc une sorte de *chaudron* de représentations se cristallisant à un moment spécifique, pouvant donner l'image trompeuse d'une absence de renouvellement de dynamiques sociales, mais permettant aux pratiques et aux représentations des individus de s'ajuster aux innovations et évolutions étant déjà en cours avant d'être en mesure de s'exposer à de nouvelles évolutions sociales.

Le cas de Stéphanie et de l'iPad illustre bien ce décalage structurel dans la diffusion des technologies et son inscription dans les imaginaires. La désynchronisation des rituels sociaux festivaliers en régime numérique recoupe donc une réalité nuancée, faite d'appropriations temporelles relatives par les individus, de volontés de distorsion de l'espace-temps, mais également d'arbitraires et décalages spectatoriels de perception. Comment interroger, par-delà les *perspectives* et *perceptions* de cette désynchronisation des rituels en milieu festivalier, ses *manifestations* effectives ? La gestion du temps spectatorial et les significations y étant liées semblent constituer pour l'observateur l'un des aspects les plus visibles, sinon l'un des principaux, de ce phénomène.

Des dimensions renouvelées insufflées dans la gestion du temps et l'évolution des significations y étant associées

Un aspect de l'évolution des technologies numériques nous a particulièrement incité à nous pencher sur la thématique de la temporalité individuelle : il s'agit de la notion d'uniformisation des outils et dispositifs, telle que nous l'avons notamment analysée dans le volet 2011 de l'enquête au Marché du Film de Cannes (voir ANNEXE 3). A travers l'exemple de la plateforme *Cinando*, nous pouvons ainsi observer un processus de mimétisme conséquent : les marchés cinématographiques internationaux se calquent en effet de plus en plus sur le mode de fonctionnement et les outils du Marché du Film de

Cannes. Cette problématique rejoint, à une échelle globale, celle de la mondialisation mais également celle, à une échelle plus spécifique et nous intéressant plus particulièrement, du *cloud computing*. Cette dernière notion désigne le stockage généralisé de données sur des serveurs distants et non plus, comme traditionnellement conçu, sur des serveurs locaux ou le poste individuel de l'utilisateur.

Comme nous l'avons vu dans le cadre de la partie consacrée à la *géographie* du Marché du Film, la notion d'intimité est essentielle à tout rapport d'échange interindividuel, plus spécifiquement encore dans le cadre d'une manifestation d'ampleur comme le Marché du Film ou même le Festival. La notion de *cloud computing* et d'uniformisation des outils questionne ce rapport traditionnel à l'intimité et à l'exclusivité dans la mesure où l'individu s'en remet à une institution extérieure pour assurer le stockage de données lui appartenant. La proximité d'accès s'accompagne alors d'une distance effective dans le rapport aux individus, aux contenus et à l'information. Le *cloud computing* est une notion relevant, par-delà l'exemple du Marché, aux usages par les individus des réseaux numériques au sens large. Dans le cadre des festivaliers cannois interrogés, cette notion s'appliquera par exemple au relevé des mails, à l'usage des réseaux sociaux ou encore à la recherche d'information. C'est ainsi toute l'activité communicationnelle numérique des individus qui sera conditionnée par ce rapport paradoxal à la proximité. Si le stockage n'est plus une priorité, c'est bien la rapidité d'accès qui le devient : optimiser la temporalité de la démarche communicationnelle – la vitesse d'accès – et son inscription dans des temporalités sociales extérieures – l'environnement social dans lequel l'individu va effectuer cette démarche communicationnelle.

Quelle influence exercent alors la centralisation des points de stockage, la multiplication des points d'accès et l'uniformisation organisationnelle sur les manières qu'ont les individus d'appréhender leurs rapports entre gestion du temps et inscription dans l'environnement social ? Il est nécessaire de se demander si l'on peut observer un renouvellement des significations accordées à ces dynamiques. Or, comme nous l'avons vu à travers la figure du *spectateur mobile*, les formes de mobilité individuelle propres au régime numérique, par les formes inédites d'exploitation de l'environnement social qu'elles permettent, constituent ici une clef : si la gestion du mouvement individuel évolue, c'est également celle du temps individuel qui évolue. Quelles modalités

d'exploitation de ces environnements et de leurs temporalités est-il alors possible d'observer ? Nous avons vu qu'existent deux types de mobilité numérique individuelle : la mobilité dite « étendue » et la mobilité dite « littérale ». Ces deux aspects se sont avérés fondamentaux pour interroger les manières qu'ont les individus, à travers notamment l'usage des relais numériques, d'organiser *leur temps festivalier*.

Nous avons déjà pu analyser le rapport au temps des usagers du Marché du Film, principalement articulé autour d'une appréhension professionnelle de l'efficacité et du confort des échanges marchands. Une volonté de *distorsion* de l'espace-temps de la manifestation a été alors mise en lumière mais également constatée de manière effective, un nombre conséquent d'usagers affirmant réaliser plus facilement une partie du travail en *amont* de la tenue du Marché, grâce aux réseaux et outils numériques. Nous allons donc ici dépasser ce cadre d'analyse afin de nous concentrer sur les résultats recueillis auprès des individus interrogés dans le cadre du Festival. La visée est d'obtenir une perspective spectatorielle plus « classique », débarrassée d'impératifs professionnels ou économiques extra-individuels.

L'élément principal ressorti des entretiens réalisés lors des trois éditions du Festival est le *rapport à l'attente* individuelle et collective. Selon Georges Amar, on passe ainsi du « temps-distance » au « temps-substance », c'est à dire du « temps que l'on gagne en l'abrégeant (au) temps que l'on gagne en le prenant, en le remplissant » (2010, p. 59). La superposition des différents types d'espaces permise par les relais numériques permet ainsi une conversion du *temps passif* en *temps actif*. La thématique des files d'attente s'est avérée, à ce niveau, heuristique, comme l'illustre le cas d'Armelle en 2010 :

« Ah ben c'est sûr qu'on s'emmerde plus autant dans les files d'attente, c'est sûr (rires). Le temps passe plus vite, on peut profiter de l'attente pour faire des trucs utiles, envoyer un mail, téléphoner à quelqu'un, vérifier son compte *Facebook*... Récupérer des infos sur les films et le Festival. Des trucs inutiles aussi, remarquez (rires). Tous les jeux qu'on a sur iPhone, ya de quoi s'occuper. Bref, plus besoin de passer pour un *geek* en triballant sa Gameboy (sourire). Tout est concentré sur un seul truc. »

(Armelle, 33 ans, chômeuse – 2010)

Armelle évoque donc un temps qui, plus qu'occupé, peut être *optimisé*. Hors des files menant aux projections de films, il s'avère que toutes les configurations traditionnellement articulées autour de cette notion d'attente se trouvent altérées d'une manière similaire. La même année, Pauline évoque son expérience *étendue* du Festival, commençant dans le train l'y menant :

« Moi bien sûr c'est particulier, je suis super active sur la blogosphère, mais je pense que c'est pareil même pour des gens moins actifs. Pour moi, le Festival il commence pas sur place, il commence quand je commence à le préparer en me documentant. Avant c'était surtout chez moi, mais maintenant ya toute une partie du boulot que je peux faire sur place, ou même dans le train en y allant. Maintenant voilà, j'ai plus l'impression que le Festival commence dans le train pour moi. Je veux dire, on a accès quand on veut et où on veut à l'information, donc on est plus vraiment dépendant des circonstances. Ya plein de moments où, au lieu d'attendre, on peut bosser ou être actif maintenant. »

(Pauline, 26 ans, bloggeuse – 2010)

Pauline illustre ici une reconfiguration de son activité dans le cadre du *temps festivalier*, mais également hors de ce cadre. L'organisation de la temporalité festivalière rejaillit directement sur le temps de préparation qui va y être consacré préalablement. On peut donc ici voir que l'évolution des manières d'expérimenter le temps social festivalier ne peut être considérée de manière isolée. Ces modalités évoluent, plus que jamais en régime numérique, en étroite interaction avec le temps social « classique », à travers une flexibilité croissante de l'organisation des activités individuelles. Traditionnellement, l'aspect fixe de la répartition géographique des activités sociales donnait lieu à une rationalisation précise des activités. Si cet aspect fixe s'efface, c'est à la fois le temps festivalier et le temps hors-festival qui se trouve approprié par chacun de manière spécifique. On le voit ici à travers le cas de Pauline, les évolutions des dispositifs numériques de diffusion illustrent, par ricochet, la temporalité étendue de la forme festivalière, dont le vécu – effectif ou symbolique – commence bien avant la manifestation elle-même.

Tous les entretiens réalisés avec des individus possédant des *Smartphones* nous ont permis d'observer cette appropriation d'une temporalité d'attente qui n'est plus vécue comme passive. Il convient alors de noter le fort déterminisme technologique se trouvant au cœur de ces évolutions du rapport au temps festivalier : ces formes d'appropriation temporelle ne seront possibles qu'à la condition pour l'individu de posséder des dispositifs techniques spécifiques. Ainsi, Danièle, comédienne de 32 ans ne possédant pas de *Smartphone*, nous parle en 2011, à l'envers de cette logique de déterminisme, d'un rapport « traditionnel » à l'attente individuelle qui n'est non pas subi, mais *revendiqué* :

« Ouais... Quand je vois les gens le nez plongé dans leurs téléphones en permanence, je sais pas... Ca m'attriste un peu. Même les files d'attentes ou ce genre de truc, je peux comprendre qu'on s'occupe, mais à un certain point ça devient dommage. Quand je viens à un festival, même les moments où on est censés attendre, voire s'emmerder, ils comptent. On sait qu'on partage un truc avec les autres, un peu hors du temps. On est tous là à faire autre chose que nos petits trucs perso, on peut commencer à discuter, j'ai déjà fait de belles rencontres dans ce genre de situation. Bref, perso je n'ai pas de Smartphone comme je vous l'ai dit, et plus je regarde autour de moi, moins j'ai envie d'en avoir un. »

(Danièle, 32 ans, comédienne – 2011)

Il est nécessaire, lorsque l'évolution de dynamiques sociales est observée, d'interroger les cas allant à l'encontre de certains des aspects ou de la totalité de cette évolution. Nous voyons une fois de plus que la diffusion numérique ne s'ancre en rien dans une dynamique linéaire et positiviste : elle met en lumière une réalité sociale nuancée et complexe. L'attente socialement perçue comme *passive* est-elle nécessairement, à échelle individuelle, perçue comme telle ? La notion d'optimisation et d'appropriation du temps permise par les dispositifs numériques ne constitue qu'une construction parmi d'autres de cette temporalité. L'idée d'*activité* telle qu'interrogée ici est avant tout une construction sociale : le cas de Danièle, considérant le temps d'attente socialement perçu

comme passif comme – au contraire – une temporalité active de rapport aux autres individus, nous le montre bien.

Les aspects que nous venons de voir relèvent toutefois d'une vision *étendue* de la mobilité. L'individu n'est pas physiquement mobile, mais déploie cette mobilité communicationnelle à travers l'accès à différents espaces numériques, construisant depuis un point matériel fixe une activité multidimensionnelle non avec un seul interlocuteur mais avec des cercles de sociabilité entiers. Quelles formes d'appropriations temporelles peut-on alors discerner lorsque l'on considère des formes *littérales* de mobilité ? Neuf individus, répartis sur les trois éditions du Festival, ont témoigné d'un usage mobile *littéral* des relais numériques. Parmi eux, Armelle, en 2010, nous parle de son rapport *effectif* à la mobilité en régime numérique :

« On est tellement habitué à ne plus laisser de temps mort, ça devient une obsession. Non mais des fois quand je marche à toute allure et que j'envoie des textos, je me rends compte de l'absurdité. Je pourrais téléphoner et voir en même temps où je vais (rires). Mais je sais pas, il y a une addiction pour les écrans. En même temps ça sert bien, parfois on est ultra à la bourre et on peut envoyer des messages en même temps, faut juste être multitâche et attentif pour pas foncer dans un mur ! Je dirais pas que c'est essentiel, mais c'est parfois pratique. Comme tout. »

(Armelle, 33 ans, chômeuse – 2010)

Les cas de mobilité numérique *littérale* touchent environ la moitié des individus de nos échantillons, mais sont, chez la totalité de ces neuf cas, perçus comme des usages *marginiaux* des outils numériques, la temporalité réduite et le mouvement limitant le volume d'usage. Il est intéressant de noter que, dans la totalité de ces cas et comme Armelle l'illustre, une *réflexivité* est constatée chez les interrogés concernant cet usage, à chaque fois qualifié d'*absurde* ou de proche de l'absurdité. On en revient ici à la notion de construction sociale des représentations d'activité et d'efficacité, régissant les démarches d'optimisation du temps via relais numériques. Ces cas semblent illustrer un *seuil* symbolique au-delà duquel la conscience individuelle de ces représentations, bien que continuant à être consentie, se fait plus forte.

Le cas des trois spectateurs communs aux trois éditions du Festival nous a-t-il permis d'observer des évolutions dans cette gestion individuelle du temps social et des environnements dans lesquels il s'inscrit ? Un travail comparatif entre les divers entretiens n'a pas permis d'observer de réelle évolution au niveau de la thématique ici traitée. La période allant de 2009 à 2011 a principalement vu les évolutions numériques s'articuler en tant que mises à jours ou optimisation d'outils existant déjà. Les principes fondamentaux de mobilité individuelle numérique, initiés par l'apparition des relais digitaux mobiles durant les années précédant notre recherche, n'ont pas *changé*. Ce qui a évolué est la puissance et les capacités techniques des relais : plus rapides dans leurs interfaces et leurs connexions aux réseaux, plus *lisibles* pour les utilisateurs, ou encore plus diversifiés dans les divertissements vidéoludiques qu'ils proposent. Ce constat semble corroborer l'un des résultats obtenus lors de l'enquête à l'édition 2011 du Marché du Film, lorsque la majorité des usagers interrogés ont décrété ne pas avoir observé d'évolution notable des comportements spectatoriels entre 2009 et 2011. Les deux aspects de notre enquête semble s'entrecroiser sur cette thématique et ainsi dessiner les contours de ce que nous avons nommé « zone d'inertie » dans le processus social de diffusion technologique et culturelle.

Il s'avère alors nécessaire de revenir ici brièvement sur la notion d'*arbitraire* inhérente à la thématique temporelle nous intéressant ici. Nous nous sommes jusqu'ici penchés sur l'*arbitraire social* d'exploitation du temps par les individus, dans toute sa dimension consciente et rationnelle ; il est maintenant temps de nous pencher sur cet arbitraire dans sa dimension *sociétale*, à savoir sous son aspect *holiste*, à travers l'approche d'une temporalité qui dépasse la simple rationalité des acteurs sociaux. Il s'agissait notamment, dans la partie précédente, de ce que nous avons nommé la *zone temporelle d'inertie* marquant les processus de diffusion technologique – et culturelle – en société. Aucun individu dans nos échantillons de 2010 et 2011 au Marché du Film ne s'oppose bien entendu catégoriquement aux évolutions des usages permis par la plateforme *streaming* et les outils numériques au sens large : dans un contexte professionnel aujourd'hui plus que jamais perméable aux évolutions numériques, il s'agirait d'un discours considéré comme commercialement « suicidaire ». La diffusion de nouveaux dispositifs, même dans des cas « idéaux » de réception, doit toutefois s'adapter à des

modes de vie déjà existants – les *habitus* bourdieusiens – avant de pouvoir s’inscrire structurellement dans les pratiques individuelles et collectives. Quels types de « freins » ou « d’accélérateurs » structurels régissent ces modalités de diffusion ?

Nous mentionnerons ici une notion heuristique, ressortie d’un des entretiens menés en 2010 au Marché, illustrant cette interrogation : celle de « *hype* ». L’interrogé en question, homme de 44 ans travaillant pour une firme cinématographique créée durant les années 1990, explique cette notion en ces termes : « It’s just something to do. It’s all part of the enjoyment »²⁴. Ce concept évoque toute la part d’arbitraire collectif liée aux pratiques et actions des individus, tout ce qui relève d’une certaine inertie individuelle conduisant à se fondre dans la dynamique collective que constitue « l’air du temps ». Cette dynamique collective, sans être remise en cause par les individus s’y inscrivant, a simplement pour caractéristique principale le fait d’être déjà constituée et d’illustrer une certaine idée de « ce qui fonctionne ». Cette dernière idée sera valable aussi bien pour des professionnels – s’assurer de la viabilité de transactions économiques – que pour des spectateurs dits « classiques » – maîtriser les codes socioculturels dominants pour avoir ainsi la légitimité de s’intégrer dans des cercles d’individus. La notion de *hype*, ainsi exprimée, a l’avantage pour l’analyste d’exprimer tout ce qui dépassera le simple cadre du rationnel dans la diffusion de dispositifs et innovations. Certains obstacles relèvent d’une inertie de groupe sur laquelle un contrôle et une influence sont difficilement exerçables.

La dynamique de *hype*, telle que décrite ici, peut aussi bien constituer un frein qu’un accélérateur de diffusion selon la nature des représentations collectives « dominantes » prises à un moment spécifique. Un autre type de frein, révélé par les propos des interrogés de notre enquête, sera l’attachement aux repères déjà existant, la méfiance instinctive envers la nouveauté : ce que plusieurs usagers du Marché ont, en 2010, qualifié de profil *old school*²⁵. Ce type de profil n’est pas considéré, par les individus en ayant fait mention, comme un refus strict du principe d’innovation : il s’agit plutôt d’un temps d’adaptation individuel aux évolutions qui s’avèrera plus long que ce qui est considéré comme la moyenne – cette notion de *moyenne* désignant alors la perception par les individus concernés des représentations sociales dominantes et non une

²⁴ « C’est simplement quelque chose qu’il s’avère nécessaire de faire. Ça fait partie des *réjouissances*. »

²⁵ Littéralement, « vieille école ».

proportion objective. Il est intéressant de noter que sept usagers de l'échantillon 2010 se sont eux-mêmes qualifiés de *old school* dans leur approche des dispositifs, alors que dans quatre cas il s'agissait d'individus de moins de 35 ans. On peut encore une fois déceler ici la remise en question d'une vision schématique et linéaire du rapport entre la variable de l'âge et la perméabilité aux évolutions technologiques.

Nous pouvons ainsi observer, à travers ces différents types de freins ou d'accélérateurs, certains aspects de la dimension d'arbitraire social conditionnant des modalités de diffusion technique ou culturelle. Cet arbitraire conditionne donc également, pour une part, les modalités de désynchronisation individuelle des rituels sociaux. Cet aspect *sociétal* se déploie en parallèle à la rationalité des individus telle que nous l'avons questionnée plus haut, à travers l'analyse de quelques aspects des réappropriations spectatorielles de la temporalité festivalière en régime numérique. Ces réappropriations sont, comme nous l'avons vu, étroitement liées aux types de mobilité offerts aux individus par les évolutions technologiques récentes. Les dispositifs numériques permettent alors d'interroger de manière plus large les limites de ce qui constitue l'expérience festivalière et la complexité de ses frontières. La désynchronisation dont il a été question dans cette partie et la précédente ne peut toutefois, dans le cadre de l'impératif organisationnel des échanges sociaux – et particulièrement dans la démarche de mise en présence opérée par une forme festivalière, se passer d'une dynamique inverse destinée à la rééquilibrer, que ce soit de manière stagnante ou évolutive. Il ne peut y avoir, pour résumer, désynchronisation sans formes renouvelées de resynchronisation. C'est une question qui traversera l'ensemble du volet de cette recherche consacré au Festival de Kinotayo.

6. Bilan de l'enquête cannoise et perspectives

Les modalités d'interaction du spectateur en régime numérique : idées reçues et perspectives

Plusieurs dynamiques et réflexions sont ressorties du volet cannois de notre enquête, que nous serons amenés à développer dans notre conclusion générale mais que nous pouvons déjà résumer à ce stade :

- La variable de l'âge – individuel ou institutionnel – ne semble pas dessiner de « fracture générationnelle » stricte et claire concernant les pratiques et représentations articulées autour des évolutions numériques.
- Une double dynamique contradictoire semble se dessiner entre l'articulation des discours de la rupture – médiatiques, individuels, collectifs – et la réalité de la diffusion sociale des innovations technologiques et culturelles, nuançant ainsi toute idée de stricte rupture positiviste (que ce soit, comme nous l'avons vu, à travers les pratiques individuelles rationnelles et effectives ou l'arbitraire sociétal et collectif de diffusion).
- Que ce soit auprès d'utilisateurs professionnels *experts* ou de spectateurs dits « classiques », les évolutions numériques semblent avant tout être considérées plus comme des *extensions* aux pratiques leur préexistant que comme des substituts.
- La désynchronisation relative de la ritualité collective inhérente à la forme festivalière tient, pour une part essentielle, à l'évolution de l'expérience des temporalités individuelles à travers les dispositifs numériques.
- La symbolique cinématographique de la salle constitue une limite symbolique à l'expression des mobilités spectatoriennes numériques : les principaux enjeux des évolutions de l'activité spectatorielle en régime numérique se déploient en amont et en aval de l'expérience en salle.
- Est mise en évidence de manière croissante, à travers les « désynchronisations individuelles numériques », la temporalité *étendue* de la forme festivalière. La

démarche d'appropriation individuelle de la temporalité de l'événement a nécessairement des répercussions sur l'organisation rationnelle de l'individu, et donc sur sa temporalité sociale extra-festivalière. La figure du *spectateur mobile*, à travers son usage des relais numériques, permet d'observer ces ponts dressés entre ces deux types de temporalité, allant ainsi à l'encontre d'approches scientifiques « isolées » de la forme festivalière.

- La notion de temporalité individuelle, telle que les relais numériques permettent *a priori* de l'optimiser, est avant tout une construction sociale : l'idée d'une expérience « active » de la temporalité varie d'un individu à l'autre et ne correspond pas nécessairement à une rationalisation productive des activités sociales.

De l'idée de *mouvement* – des corps, des pratiques, des représentations – traversant une partie majeure de ces résultats, ressort un questionnement articulé autour d'une autre notion : celle de l'*interactivité*, dont il a peu été question jusqu'ici. Si cette notion ne s'inscrit pas dans le cœur de notre étude, il convient néanmoins de l'évoquer dans la mesure où elle relève, à la fois, des rhétoriques de rupture se trouvant au fondement de notre recherche mais également de l'idée d'un *mouvement d'interaction active* entre le spectateur et l'œuvre. Nous avons vu, plus haut, que les enjeux de la mobilité et des évolutions spectatorielles en régime numérique semblent se déployer principalement en amont et en aval de l'expérience de l'œuvre. Qu'en est-il alors de l'idée d'une interaction *directe* et active avec l'œuvre ? Dans quelle mesure se trouve-t-on, comme le propose Sylvie Thouard, face à la « fin du spectateur passif et manipulé ou du spectateur désincarné supposé par les sémiologues » (2006, p. 59) ?

Un objet privilégié des *discours de la rupture*, tels que nous les avons décrits dans notre partie de contextualisation en ce qui concerne le champ du cinéma en ce début de XXI^{ème} siècle, est ainsi cette notion d'*interactivité*. Celle-ci fait partie de l'imaginaire cinématographique depuis la naissance de la célèbre anecdote accompagnant la première diffusion, en Janvier 1896, de *L'arrivée d'un train en gare de La Ciotat* d'Auguste et Louis Lumière. Ce film illustre le rapport flou qui s'instaure, dès les débuts du cinématographe, entre la représentation du réel perçu et celle du réel fantasmé. En effet, il est dit que les spectateurs installés face à l'écran, croyant que le train fonçait

réellement droit sur eux, ont paniqué et plongé de côté. Si cette première confusion, face à cette forme de captation inédite à l'époque, s'est rapidement dissipée pour laisser place à une cristallisation beaucoup plus nette des frontières entre réalité et fiction, le fantasme d'une immersion totale au sein du film a demeuré. Cette place accordée, dans l'imaginaire cinématographique, à l'interactivité témoigne d'un désir de dépassement du côté strictement symbolique pour s'ancrer dans l'expérience non plus seulement fantasmée mais réellement vécue. C'est l'idée d'une incarnation de l'*être spectatorial* dans la temporalité et dans le processus diégétique du film qui fonde ce désir d'interaction.

Ce rapport au *croire* est au fondement de l'expérience cinématographique. Il se manifeste chez le spectateur par une confrontation entre diverses temporalités, qu'elles soient sociales ou inhérentes au film lui-même²⁶. La croyance serait alors permise par le transfert de perception d'une temporalité à une autre. Selon la logique interactionnelle, passer la barrière symbolique du film reviendrait alors à *vivre* dans le film. Cela traduit une volonté de rendre flous les rapports au réel et au fictif, et ainsi d'accéder à une *omniscience spectatorielle*. La quête de l'interactivité, qui s'est exprimée de multiples manières dans l'histoire du cinéma – avec comme principaux exemples la technologie 3D ou les films à choix multiples visant à conférer au spectateur les caractéristiques d'un acteur de l'expérience vécue – dessine un aspect important de ce rapport à la croyance.

Cette vision directe et active de l'interactivité, sur laquelle reposent la plupart des discours médiatiques de la *rupture* ou de la *révolution* tels qu'ils ont été ici discutés, prête toutefois à débat. Nous la qualifierons ici de *traditionnelle*, au sens où elle a traversé l'ensemble de l'histoire cinématographique et occupe une place notable dans les représentations collectives. De nombreux discours concernant des dispositifs techniques tels que la 3D, les installations *home cinéma* ou les écrans portatifs ont, en 2009, mis en scène la représentation d'un spectateur catapulté de manière littérale dans l'œuvre ou assailli par les protagonistes du film à travers son écran. Cela s'est notamment manifesté avec la sortie du « cheval de Troie » numérique et 3D réalisé par James Cameron, *Avatar*. La symbolique de la rupture ainsi relevée fonctionne sur le

²⁶ Voir, pour une étude précise de ces notions, ETHIS Emmanuel, *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*, L'Harmattan, Paris, 2006

mode de la rupture spectatorielle : rupture des frontières d'un film, traversé de l'écran, rupture du rapport à l'imaginaire fictif par la projection *totale* du film dans le monde, rupture de la place d'observation passive à laquelle le spectateur est traditionnellement cantonné pour en faire un spectateur actif. Ces représentations mettent en scène un discours stipulant qu'il sera désormais impossible, grâce à ce *surplus d'immersion* technologique résolument novateur, de continuer à regarder les objets filmiques comme nous le faisons auparavant et impliquent, selon cette logique, un changement radical des pratiques. Dans le cadre d'une rhétorique strictement duale, ces discours décrivent un monde nouveau où l'individu n'ira plus au cinéma seulement pour voir, mais bien pour *vivre*.

Sur la question du spectateur interactif et de ses modalités d'existence, le philosophe Slavoj Žižek préfère parler de « sujet interpassif »²⁷. Avec cette terminologie, l'auteur souhaite insister sur le fait que l'interaction directe et réelle avec un film n'existe pas dans la mesure où l'individu, même lorsqu'il est face à une multitude de propositions, ne fait que choisir parmi plusieurs options prédéterminées par une volonté extérieure à lui. L'interaction cinématographique réelle est donc un leurre : le spectateur ne fait que choisir son propre mode de passivité. Quant à l'immersion dans le film avec un procédé technique comme celui de la 3D, elle reste une simple *sensation* d'immersion partielle. Le spectateur, aussi proche se sente-t-il du film dont il fait l'expérience, continue de faire *comme si*.

En nous appuyant sur cette critique des représentations traditionnelles de l'interactivité cinématographique proposée par Slavoj Žižek, nous pouvons nous demander où se trouvent, aujourd'hui, les véritables zones de potentialité interactive accessibles aux spectateurs. Nous avons vu, au long de ce volet cannois de notre recherche, que l'évolution des enjeux de l'activité spectatorielle en régime numérique se déploie principalement en amont et en aval de l'expérience en salle. Nous avancerons donc l'idée que la zone d'interactivité *effectivement* offerte aux spectateurs de cinéma se trouve dans la démocratisation de la parole et de la manipulation créative des contenus permises par les médias et outils numériques. L'usage généralisé des médias dématérialisés, la diffusion numérique de la parole individuelle ainsi que l'accès à

²⁷ Voir pour ceci son ouvrage *La subjectivité à venir*, Flammarion, Paris, 2006

l'information permettent le développement d'une activité spectatorielle d'une portée inédite en amont de la chaîne cinématographique. Forums de discussion, blogs, sites collaboratifs sont autant de « petites formes expressives nées de l'agrégation des goûts des publics amateurs » (Allard, 2005, p. 8) qui ont, plus que jamais par leur visibilité et leur degré de diffusion, un impact sur la chaîne de production et les comportements spectatoriels. Ces pratiques médiatiques, qui se sont structurés autour du Web 2.0 dit *participatif*, impliquent ainsi activement le spectateur dans la chaîne cinématographique. En aval de l'œuvre, le spectateur a la possibilité de manipuler et de s'emparer d'une quantité quasi illimitée d'images avec une facilité déconcertante – coûts moindres, interfaces simplifiées, accès à un large choix d'outils numérique – et trouve la possibilité, en plus de forger une expertise inédite de son regard, de développer une interaction créative avec son environnement culturel à travers une réactivité importante. Le site web de vidéos en *streaming* Youtube regorge, à ce titre, de détournements de films souvent réalisés par des amateurs dans la foulée directe des sorties en salle, obéissant à une logique dite de *mashup*²⁸. Une étude internationale datant de 2008, *User created content – Soutenir une société de l'information participative*, mise en place à l'initiative de la Commission Européenne et réalisée par l'IDATE ainsi que deux cabinets néerlandais (TNO et IViR), s'est penchée sur ces dynamiques de créativité individuelle en régime numérique à travers le cas de la montée des contenus auto-crées par les usagers. L'étude établit ainsi que 80% du contenu du site web *Youtube*, deuxième moteur de recherche après Google en 2008, est auto-crée par ses utilisateurs. Olivier Donnat, tout en tempérant la tentation d'une interprétation simpliste et uniformisante d'un tel résultat, confirme l'ampleur du phénomène :

« Il est probable que bon nombre de ces usages créatifs de l'ordinateur aient un caractère exceptionnel ou épisodique et que seule une minorité s'y adonne de manière régulière, comme c'est souvent la règle en matière de pratiques en amateur. Il n'en reste pas moins vrai que le fait que plus de la moitié des utilisateurs d'ordinateur se soient livrés, dans le cadre de leur temps libre, à une activité d'autoproduction donne la mesure du

²⁸ Ce terme désigne le mélange d'éléments issus de plusieurs œuvres préexistantes afin de créer une nouvelle œuvre possédant une identité propre.

renouvellement des pratiques en amateur au cours de la dernière décennie. »
(Donnat, 2009, p. 67)

Le principe interactif, s'il a traversé à divers degrés toute l'histoire du cinéma, prend donc aujourd'hui des formes d'une ampleur et d'une complexité inédites. Ces formes restent difficiles à appréhender mais, conformément à nos résultats d'enquête énoncés en début de partie, elles ne semblent pas trouver leur source dans le contact direct à l'œuvre. Se déployant principalement *autour* de l'œuvre, elles ouvrent une porte sur ce que nous appelons la *complexité spectatorielle* à l'ère du numérique.

Si la notion d'interaction spectatorielle ne se trouvait pas au cœur de nos grilles d'entretiens, il s'est avéré qu'elle est naturellement ressortie en filigrane de plusieurs discussions. Celle menée avec Sophie en 2011 est, à ce titre, révélatrice :

« Ben on a l'impression d'avoir plus d'impact, oui. Après je sais pas si dans les faits, c'est vrai, mais c'est l'impression que ça dégage. Bon bien sûr avec tous les gens qui parlent, utilisent le Net, tout ça, tout est un peu noyé dans l'effet de masse. Mais au milieu de tout ça je crois que ça crée des phénomènes qui sont de plus en plus nombreux et marquants. Les studios qui demandent l'avis des gens sur le Net avant de prendre telle ou telle décision, ça se voit de plus en plus souvent... Je sais pas, par exemple Christophe Gans et les producteurs de *Silent Hill* qui font un référendum pour savoir quelle affiches ils vont faire. Ou encore, les manière de participer au financement de films via le Net, ça se fait de plus en plus. Donc honnêtement oui, je crois qu'en tant que spectatrice j'ai une forme de pouvoir que je ne pourrais avoir sans le numérique. C'est un peu idiot, ça fait un peu genre *je suis super fan du numérique*, mais n'empêche, c'est vrai. Ya des mauvais côtés aussi hein, mais ça c'en est un bon. »

(Sophie, 25 ans, étudiante - 2011)

Sophie illustre donc ici à la fois l'un de nos résultats d'enquête et l'apport théorique de Slavoj Žižek, en situant les perspectives d'évolution de l'activité spectatorielle en régime numérique *hors* du strict cadre de l'expérience de l'œuvre. L'impact de ce phénomène

sur le rapport direct à l'œuvre tiendra alors plutôt à l'expertise du *regard spectatorielle* découlant de ces évolutions effectives.

Une double dynamique : le floutage croissant des frontières spectatorielles et la personnalisation inédite des statuts individuels

Comme dans la partie précédente, nous allons continuer à voir dans cette section de bilan quelques thématiques complémentaires à notre recherche qui, si elles n'en constituent pas le cœur, se révèlent en revanche en être des émanations directes. Nous nous emploierons donc ici à les évoquer, en développant quelques pistes analytiques nous semblant pertinentes en vue de futures travaux analytiques.

Les multiples résultats d'enquête que nous avons obtenus dans ce volet cannois de notre enquête dessinent une réalité spectatorielle multidimensionnelle et nuancée en régime numérique. Un questionnement ressortant directement de ces constats et problématiques est celui du *flou* croissant entourant le statut de spectateur. De multiples facteurs amènent à réinterroger ce dernier : la remise en question des structures traditionnelles de diffusion, l'évolution des modalités individuelles d'accès traduisant une appropriation croissante du temps et de l'espace par les spectateurs, les potentialités inédites de captation et de manipulation de l'image, les enjeux élargis du fait de parole spectatorielle à travers les réseaux numériques, etc. Dans un environnement où l'accès à l'information et aux œuvres peut désormais se faire à tout moment, à tout endroit, en déplacement où à l'arrêt, et où les modalités d'interactivité avec la chaîne cinématographique sont, comme vu dans la partie précédente, bien réelles, il s'avère important de se demander où commence et où s'arrête le statut de spectateur.

Les évolutions spectatorielles en régime numérique sont encore, à la fin des années 2000, un phénomène très récent par rapport auquel il s'avère délicat de prendre un recul analytique suffisant. La *place* occupée par les spectateurs dans la chaîne cinématographique semble se faire plus que jamais mouvante et active. Ce floutage d'une appréhension « traditionnelle » des spectateurs s'accompagne d'un corolaire : le

phénomène inédit de *personnalisation* des statuts à travers les potentialités des dispositifs numériques. Nous avons déjà vu en quoi cette personnalisation de l'expérience spectatorielle se déploie notamment au niveau de l'appropriation croissante de la temporalité collective par les individus. Or, cette personnalisation des statuts peut également s'exprimer sur d'autres niveaux, comme celui du *traçage numérique* des individus. Cette thématique est ressortie de plusieurs entretiens, dont celui en 2010 avec Pauline :

« Un truc marquant c'est aussi qu'Internet incite pas forcément à une curiosité *noble* (mime les guillemets). On découvre plus de choses qu'on aurait pas découvert autrement, okay, mais c'est aussi parce qu'on est tracés. Ca peut être ressenti comme de la liberté toutes ces découvertes, mais le principe des liens hypertexte, de la pub, des suggestions, des renvois, tout ça, ça met les gens sur des rails. Ya des systèmes informatiques spécialisés pour ça, faire des regroupements, cibler les goûts, en gros ficher les gens sur tout ce qu'ils font sur Internet. Sans aller jusqu'à faire la parano *Big Brother*, c'est un truc auquel il faut réfléchir. Le numérique, c'est aussi ça. Ca pousse plus en avant, mais dans une direction bien précise. C'est trompeur. »

(Pauline, 26 ans, bloggeuse – 2010)

Pauline met ici le doigt sur le paradoxe au sein du processus numérique de personnalisation des expériences cinématographiques. Les réseaux dont il est question, orientant par leur fonctionnement les pratiques des individus, ne sont en aucun cas des outils que nous pourrions qualifier de *neutres*. Par un ciblage informatisé des profils socioculturels des individus basé sur leurs pratiques digitales, se profile la perspective de « micro-communautarisme » spectatoriels et d'une industrie cinématographique fonctionnant de manière croissante sur le modèle des marchés de *niches*.

L'évolution des pratiques via réseaux sociaux numérique est, à ce titre, révélatrice. On pourra ainsi noter la différence qui s'est sémantiquement instaurée, à travers le développement massif de ces réseaux ou sites de microblogging tels que *Facebook* ou *Twitter*, entre les individus *viewers*, spectateurs effectifs, et les individus *followers*, spectateurs potentiels. Ces catégories non-exclusives semblent devenir de plus en plus

utilisées par les acteurs du monde cinématographique, Internet étant rapidement devenu un relais promotionnel incontournable²⁹. Ces catégories, qui ne sont donc pas purement rhétoriques, témoignent d'une évolution des conditions d'implication dans la pratique. Une fragmentation du statut spectatorial se déploie, qui est rendue plus complexe que jamais par les évolutions médiatiques récentes et qui génère deux figures : celle d'un *spectateur total*, le *viewer*, qui fait l'expérience du film dans le cadre des règles économiques établies par l'industrie, et celle d'un *spectateur passeur*, le *follower*, qui ne fait que participer au relais médiatique instauré autour de l'œuvre. La question du téléchargement illégal est au cœur de cette catégorisation car tout individu peut désormais voir des films sans s'inscrire dans les règles de fonctionnement de la chaîne de l'industrie cinématographique, contribuant ainsi à brouiller davantage les différentes catégorisations. Hautement tributaires des modèles économiques et sociaux en place, l'exemple de ces catégories témoigne, plus largement, d'une complexification et de l'introduction de nuances inédites dans la pratique qui se déclinent sur une multitude de niveaux.

La personnalisation dont il est ici question revêt alors la signification d'une gradation complexifiée des degrés « d'implication spectatorielle ». Guillaume tient, en 2011, un discours se situant dans la continuité de celui de Pauline tout en évoquant la question de cette multiplication des différents types de rapport aux contenus filmiques :

« Oui c'est sûr, tout se complexifie. Difficile de voir clair, parce qu'entre ce qu'on fantasme et la vraie complexité du truc, il y a aussi un gouffre. Ya un moment où la sensation de liberté se mord la queue, où le trop plein de choix se désamorce lui-même. Les anglais appellent ça *Option Paralysis*. Le choix, face à trop de choix, de n'en faire aucun. Je trouve ça assez juste (rires). Pas mal de gens deviennent apparemment plus pointus, les goûts sont plus précis, plus érudits. Mais je sais pas, ça me semble factice parfois. L'étendue du choix et l'érudition c'est une chose, encore faut-il savoir quoi en faire. »

(Guillaume, 31 ans, journaliste – 2011)

²⁹ Les mots « *viewers* » (« regardants » ou « faiseurs ») et « *followers* » (« suiveurs » ou « passeurs »), sont aujourd'hui largement utilisés sur Internet pour désigner ces deux catégories d'utilisateurs. Nous réemployons ces mots par commodité mais aussi pour leur clarté.

Le flou croissant des frontières spectatoriennes, ainsi que la personnalisation croissante des statuts et expériences obéissent donc aujourd'hui à des dynamiques multiples et parfois contradictoires. Comme nous allons maintenant le voir, la mobilité spectatorienne entre les différentes sphères sociales semble relever d'un constat similaire.

Entre mobilité et sédentarisme de la projection cinématographique, entre sphères publique et privée : une réalité spectatorienne nuancée

La réalité que nous nous efforçons d'appréhender est, comme nous l'avons vu et à l'envers des discours de la rupture, complexe et nuancée. Les reconfigurations de l'expérience des différentes sphères sociales, à travers les potentialités inédites de mobilité spectatorienne – au sens multidimensionnel du terme, se sont avérées, notamment à travers l'enquête au Marché du Film de Cannes, génératrices de confusion dans les représentations des individus. Il a été intéressant d'observer cette confusion dans les réponses fournies par les usagers.

Des aspects de cette confusion sont relevables de manière ponctuelle dans les discours des interrogés – que ce soit chez un même usager, entre différents usagers ou encore au niveau des statistiques globales de réponses concernant différentes thématiques. Or, nous avons utilisé la temporalité allongée de notre enquête pour observer ces aspects de confusion sous la lumière de leur *évolution*. Ainsi, il s'avérait méthodologiquement envisageable d'extraire de notre analyse les cas ponctuels de contradiction rhétorique, pouvant souvent être liés à des distractions, des oublis, une défiance vis-à-vis de l'enquêteur ou encore à des cas où l'interrogé déforme ses réponses pour apparaître sous un jour lui semblant flatteur. Etablir l'observation des confusions dans un temps plus long permettait de mieux appréhender, avec un recul supplémentaire et en s'extrayant de la stricte ponctualité de l'échange, les représentations *structurelles* des individus, relevant d'un imaginaire fortement ancré chez eux.

Quelques résultats a priori contradictoires ont ainsi émergé de l'évolution entre les volets 2010 et 2011 de l'enquête, comme on peut notamment le voir dans le compte-

rendu du volet 2011 en ANNEXE 3. L'exemple le plus frappant en est le suivant : si la majorité des usagers continue à prôner ce que nous avons appelé la « part irréductible d'incarnation » à travers l'image du *handshake*, tenant alors un discours nuancé allant à l'encontre de l'idée du « tout dématérialisé » en évoquant l'impossibilité de voir disparaître *totale*ment un espace-temps festivalier matériel, ils s'avèrent toutefois statistiquement de plus en plus nombreux entre 2010 et 2011 à considérer l'idée d'une forme festivalière entièrement *online* comme plausible.

Comment interpréter de tels résultats ? Le volet 2011 de notre enquête au Marché du Film, considéré comparativement au volet 2010, nous a principalement amené à observer la nature des évolutions pouvant traverser les représentations d'individus d'une année à l'autre. Cette évolution s'est avérée être principalement *nuancée*. Face aux résultats obtenus, nous avons été ainsi rapidement amené à nous apercevoir qu'il ne s'agit pas, au final, de parler tant de ruptures dans les représentations que, sur la plupart des thématiques, de légères *évolutions* qui redessinent sensiblement les proportions au sein de nos échantillons.

La question de la notion de festival *online* que nous évoquions plus haut, seule thématique commune à 2010 et 2011 ayant connu ce type d'évolution, est, à ce titre, heuristique. En 2010, 17 usagers de notre échantillon n'envisageaient pas cette perspective tandis que deux y répondaient favorablement. En 2011, cette proportion a quelque peu changé : 14 interrogés y répondent négativement, tandis que six l'appréhendent comme une perspective réaliste et « positive ». L'idée d'un festival *online* semble se cristalliser dans les représentations collectives et ce qui relève de l'*acceptable* pour les individus évolue à mesure que les terminologies et pratiques numériques entrent dans les usages. Il est intéressant de constater que cette évolution semble, pendant un temps du moins, ne pas avoir d'effet au niveau des représentations sur lesquelles elle est pourtant censée exercer un impact. Si les représentations des individus évoluent en « faveur » d'une forme totalement dématérialisée, les réponses concernant le *handshake* et l'incarnation dans l'espace-temps festivalier devraient logiquement aussi évoluer : or, ce ne semble pas, à ce stade, être le cas.

Si cette confusion est indéniable dans les rhétoriques employées par nos interrogés, il convient bien entendu d'en nuancer l'aspect strict. Nous pouvons postuler que, dans la lignée de la temporalité de la « zone d'inertie de diffusion » dont il a été ici plusieurs fois question, l'évolution des représentations et pratiques des individus ne se fait pas de manière « symétrique ». Elle semble au contraire se déployer à travers une série d'évolutions ponctuelles et de réajustements structurels temporellement « décalés », permettant à l'évolution de se cristalliser et d'exercer un impact sur tout le *système* constitué par l'individu. Ce qui sera, à un moment spécifique, considéré comme une contradiction s'inscrira en fait un ensemble de représentations en mouvement, en perpétuel et mutuel processus d'ajustement.

Il est également, concernant notre terrain de recherche plus précisément, nécessaire de distinguer l'espace-temps d'une forme festivalière « classique » et celui du Marché du Film qui, s'il s'inscrit par bien des aspects dans cette forme « festival » comme nous l'avons vu dans notre partie de méthodologie, demeure régi par une logique marchande dans laquelle ne s'inscrivent pas les festivaliers « traditionnels ». Le *handshake* y acquiert une signification marchande toute spécifique. Il est également nécessaire de noter que la notion de festival *online* peut être considérée comme une forme particulière qui, si elle peut se développer et acquérir ses propres caractéristiques, ne peut en aucun cas « éclipser » l'existence des espaces-temps festivaliers traditionnels. Considérer l'idée d'un festival *online* comme une forme festivalière viable n'est donc pas incompatible avec la notion de part irréductible de l'incarnation festivalière, dans le sens où – comme nous l'avons vu dans le volet 2010 de l'enquête – la dématérialisation est alors perçue comme une extension possible à une forme traditionnelle, mais en aucun cas un substitut. Les différentes formes festivalières se trouvent, dans cette perspective, amenées à coexister.

Les enjeux que les dispositifs numériques posent à la mobilité spectatorielle, à travers les potentialités inédites de chevauchement de différents espaces-temps, traduisent donc une réalité spectatorielle complexifiée dont il convient d'analyser avec précision les caractéristiques évolutives, afin d'éviter les écueils d'un mode d'appréhension simpliste. Les contradictions et confusions propres au régime numérique ne sont ni

objectives, ni absolues : elles s'inscrivent dans un mouvement qu'il convient de contextualiser de manière sans cesse renouvelée.

Quelles limites aujourd'hui aux processus numériques de diffusion ?

Nous avons vu, au long de ce volet cannois de l'enquête, en quoi l'évolution des dispositifs numériques provoque celle des modalités d'expérience cinématographique des spectateurs, redessinant, dans le cas qui nous intéresse ici, les frontières de la forme festivalière. L'évolution des technologies numériques est souvent vectrice de dynamiques contradictoires, reflétant la confusion les entourant souvent dans l'imaginaire collectif et les discours médiatiques. Or, les évolutions socialement considérées comme *positives*, contrairement à ce que les rhétoriques de révolution pourraient laisser croire, s'accompagnent nécessairement de limites se déployant à de multiples niveaux. Or, nous nous sommes peu, jusque-là, interrogé sur la nature de ces limites posées face aux technologies numériques de diffusion. Nous avons, dans les parties précédentes, parlé des freins que constituent les imaginaires individuels et les conditionnements collectifs de perception – par exemple dans le cas de la notion de *hype*. Toutefois, si nous reviendrons brièvement sur cette question des limites symboliques, d'autres types de limites existent, qu'il convient ici de mentionner. Nous pouvons en identifier, principalement, trois.

Le premier type de limite que nous évoquerons ici se place donc dans la continuité des formes de freins symboliques que nous avons déjà pu analyser. Il s'agit de ce que nous avons qualifié de « limites *perçues* ». Nous désignons par cette terminologie les limites symboliques relevant des différents « imaginaires numériques » des individus : les limites qu'ils se fixent quant à leurs pratiques des outils numériques et à ce qu'ils conceptualisent comme relevant ou non d'un progrès social. Ces limites se trouvent à l'entrecroisement des imaginaires collectifs – le conditionnement social des pratiques individuelles via la nature des comportements considérés comme « dominants » – et des représentations individuelles – la subjectivité spécifique à chaque individu au niveau de sa construction du rapport social qu'il entretient avec son environnement. Ayant déjà

développé cet aspect à de multiples reprises, nous ne reviendrons pas ici plus en détails sur cette question.

Un deuxième type de limites aux dispositifs numériques de diffusion relève d'un niveau *industriel*. Ces limites industrielles tiennent à l'arbitraire économique du fonctionnement des secteurs professionnels et à l'influence qu'ils exercent ainsi sur la manière dont les pratiques des spectateurs vont se cristalliser. Nous prendrons, à titre d'exemple, le cas de l'évolution des technologies numériques sous leurs aspects esthétiques et créatifs. Il sera ainsi possible de mentionner le phénomène d'uniformisation des représentations et canons esthétiques cinématographiques liés à l'essor des technologies numériques de diffusion et de création, ces dernières étant paradoxalement à la fois vectrices de liberté de création mais également d'une esthétique très spécifique – à la fois par leurs caractéristiques visuelles intrinsèques mais également par les choix opérés notamment par les grands studios et leurs relais médiatiques, conditionnant pour une bonne part les représentations collectives esthétiques dites « dominantes ».

La facilité d'usage de ces technologies conduit souvent ces *majors* à privilégier le moindre coût de production, conduisant à une uniformité de rendu dans les productions les plus largement diffusées internationalement. Nous ne faisons que mentionner ici cette dynamique, à titre d'illustration, comme potentiel élément explicatif sans pour autant s'y attarder, car elle ne se situe pas dans le domaine de notre étude. Toutefois, les technologies numériques s'avèrent bien à la fois vectrices d'une forme d'élargissement de certaines potentialités créatives mais également d'une forme d'uniformisation des pratiques et représentations. Cette dynamique, entre arbitraire des représentations dominantes et rationalité de la construction des pratiques individuelles, n'est pas propre au cas des technologies numériques, mais les modalités d'accès à ces dernières lui confèrent une visibilité inédite. Les limites dites « industrielles » se trouvent donc entrecroisées avec les limites symboliques dont il est question plus haut, dans la mesure où un arbitraire symbolique dominant va exercer un conditionnement sur les pratiques et modes de perception des individus.

Enfin, nous mentionnerons ici les limites *technologiques effectives*. Il s'agira, de manière simple, des limites techniques posées face aux performances technologiques des dispositifs numériques et donc aux pratiques des individus y étant directement liées : volume de stockage, rapidité de connexion et de transfert, lisibilité de l'interface, optimisation de son utilisation, etc. Ces limites effectives posent des frontières objectivement observables aux pratiques numériques des individus. Les limites symboliques et/ou effectives conditionnant les usages des outils numériques de diffusion sont ainsi une réalité qu'il convient, face aux rhétoriques technologiques et culturelles de la révolution, de rappeler.

Perspectives pour la forme « festival » : imaginaires et terminologies

Nous avons vu que la vision traditionnelle de l'espace-temps festivalier se trouve largement remise en question par l'évolution des pratiques en régime numérique. Nous avons pu notamment nous interroger à de multiples reprises sur le potentiel *horizon* que constituent les dispositifs numériques pour la forme festivalière : la notion de festival *online*. L'effacement d'un espace-temps homogène de « rattachement » des individus à l'expérience collective festivalière constitue-t-il ce que nous pouvons continuer à appréhender comme une forme « festival » ou relève-t-il simplement d'une sélection d'œuvres thématiques accessible via réseaux numériques ?

Interrogée en 2010 sur cette perspective du festival *online*, Emilie – travaillant comme vu précédemment aux *Mini Screening Rooms* du *Short Film Corner*, déclare :

« Ben en tout cas, c'est ce qu'on nous demande le plus. C'est l'attente des gens, c'est à dire qu'ils viennent pour voir les films, mais vu qu'on les met sur une plateforme numérique, ils se disent « mais pourquoi je ne peux pas les voir sur mon ordinateur du coup ? Je pourrais télécharger la bibliothèque et le voir ». Donc c'est une demande que l'on a de plus en plus, et je pense qu'au fil du temps c'est sûr, on va en venir à ça. »

(Emilie, 24 ans, étudiante à Toulouse – Employée au *Short Film Corner* du Marché du Film de Cannes – 2010)

La réponse d'Emilie semble se poser en relative contradiction avec les résultats obtenus auprès d'usagers professionnels du Marché, dont l'activité marchande conduit à une mise en lumière particulièrement importante de la *part irréductible d'incarnation des échanges*. Il est à noter qu'Emilie, dans sa réponse suivante, nuance son propos :

« Ben non, il y aurait toujours un lieu de rencontres parce que même nous on a les salles de production (NdT : elle a probablement voulu dire « projection » ou « diffusion »), et ça c'est quand même un plus par rapport au fait de regarder un film sur son écran d'ordinateur. Donc je pense que le lieu de rencontres, il restera. Mais après il y aura peut être un petit « plus » pour voir les films chez soi. »

(Emilie, 24 ans, étudiante à Toulouse – Employée au *Short Film Corner* du Marché du Film de Cannes – 2010)

Il est heuristique d'observer la manière quasi contradictoire dont le propos évolue. Spontanément, les représentations collectives et médiatiques incitent l'interrogée à raisonner en terme de rupture, ici à travers l'idée d'une forme entièrement *online*. Toutefois, la nuance s'effectue rapidement dans la prise de conscience de cette idée de *part irréductible d'incarnation spectatorielle*, cette nécessité d'interaction collective dans un espace-temps défini. Il s'est avéré que l'essentiel de nos interrogés, que ce soit dans le cas du Marché du Film ou des spectateurs du Festival s'ancrant dans une perspective similaire à celle d'Emilie, ne conçoivent pas les outils numériques et l'idée du festival *online* comme un *substitut* aux formes déjà existantes. On peut se demander alors en quoi cette forme relève d'une vision élargie de l'entité festivalière ou bien d'une forme différente et « additionnelle » : est-il aujourd'hui possible d'utiliser la terminologie « festival » de la même manière que dans le cadre de sa stricte signification « traditionnelle » ? Cette question relève des imaginaires individuels et collectifs dont la mobilité, en régime numérique, est certaine.

L'entretien mené avec Aude en 2009 nous offre une autre illustration de l'aspect parfois contradictoire que peut prendre l'évolution des imaginaires spectatoriels en régime numérique, s'entrechoquant dans un long processus d'ajustement mutuel. Ainsi, Aude déclare tout d'abord :

« Personnellement je ne trouve pas, enfin ça ne m'a jamais dérangée de voir un film sur ordinateur parce que je ne trouve pas que le format modifie les émotions qu'on peut ressentir et tout ce que ça... Enfin, je sursaute même devant un écran d'ordinateur (sourire). »

(Aude, 27 ans, chargée de mission fonds social européen à la DGEFP – 2009)

Peu après dans l'entretien, elle revient sur cette question en déclarant :

« Je me satisfais d'un écran d'ordinateur puisque j'aime regarder un film, mais dans l'idéal je préfère aller au cinéma. »

(Aude, 27 ans, chargée de mission fonds social européen à la DGEFP – 2009)

L'interaction évolutive des imaginaires ayant traits aux dispositifs de diffusion collectifs et individuels, tels qu'observée ici, constitue l'un des aspects, nous intéressant ici, de la reconfiguration des imaginaires festivaliers. Le volet cannois de notre enquête, en plus de nous permettre d'interroger les enjeux de l'évolution de la *mobilité spectatorielle* en régime numérique – cette mobilité étant appréhendée dans son aspect multidimensionnel, nous a également permis d'appréhender les modalités de ce que nous avons appelé la *désynchronisation* de l'expérience collective festivalière. Si l'appropriation individuelle de la temporalité festivalière devient plus importante – à travers l'usage des relais numériques et les formes renouvelées de mobilité qu'ils permettent – l'homogénéité et la cohérence de l'espace-temps collectif festivalier sont alors logiquement amenées à être remises en question. Peut-on dès lors parler du *délitement*, en régime numérique, d'une vision « traditionnelle » de l'expérience festivalière ? Comme nous l'avons vu à de multiples reprises, les enjeux des évolutions numériques ne sauraient être considérés en termes simplistes de *rupture*. Si la forme festivalière se trouve *redessinée* par l'évolution des pratiques et représentations en régime numérique, permettant des formes inédites d'entrecroisement des espaces et

temporalités *intra* et *extra* festivières, il ne s'agit bien entendu pas d'un *effacement*. Les frontières de l'expérience festivière se trouvent avant tout *déplacées* et les imaginaires festivières *élargis* : si une forme de ritualité se trouve évidée, des formes nouvelles se cristallisent alors. Comment interroger ce renouvellement des frontières de la forme festivière ? Si Cannes nous a permis d'interroger la remise en question de certaines frontières festivières, le Festival de Kinotayo nous a, au contraire, permis d'interroger en quoi la symbolique d'une appartenance festivière peut se trouver recréée en régime numérique, particulièrement à travers le cas d'un espace-temps géographiquement *dispersé*. Il est donc maintenant temps de passer à ce deuxième volet de notre recherche.

CHAPITRE 4 : LE SPECTATEUR FACE À L'ESPACE-TEMPS FESTIVALIER EN RÉGIME NUMÉRIQUE : VERS UNE RECONFIGURATION DE L'IMAGINAIRE FESTIVALIER ?

Sous-titre : le festival devenu espace-temps en
mouvement : pour une approche « macro-festivalière »
basée sur le cas du Festival de Kinotayo



1. Présentation des protocoles d'enquête 2009 et 2010

Que désignons-nous ici par la terminologie « approche macro-festivalière » ? A l'inverse de l'enquête au Marché du Film de Cannes où l'approche de la forme festival se faisait avant tout par le truchement de l'usage par les individus des dispositifs numériques de diffusion, nous nous focaliserons ici à l'inverse sur une approche par le truchement de l'entité festivalière elle-même et de l'impact direct de l'évolution des dispositifs numériques sur son espace-temps. Les individus seront toujours au centre de notre étude, mais il s'agira moins de se demander *ce qu'ils font* des outils numériques que de se demander comment ils *reçoivent et expérimentent* l'espace-temps festivalier lui-même impacté par les dispositifs numériques. Nous avons donc ici adopté un angle analytique à la fois inverse et complémentaire à celui adopté dans le cadre du terrain cannois, posant sur notre même problématique de départ un deuxième type de regard. C'est sur cette manière qu'ont les approches analytiques distinctes de nos deux terrains de se renvoyer un même questionnement de base que nous avons principalement développé la nature de notre démarche d'enquête. Entre Cannes et Kinotayo, si les modalités du questionnement changent, le questionnement lui-même ne change en revanche pas. Le rapport évolutif des individus aux œuvres cinématographiques à travers la forme festivalière demeure le centre de gravité de notre recherche.

L'enquête a été à visée principalement qualitative. Il s'agissait bien entendu d'interroger les pratiques effectives des individus dans le cadre du festival, mais également et surtout d'interroger leurs *représentations* articulées autour de l'espace-temps spécifique de Kinotayo. Quels sont les imaginaires spectatoriels convoqués par une dispersion géographique telle que celle opérée par le festival ? Selon quelles modalités se déploie le sentiment d'appartenance chez les spectateurs ? Si le festival dans son ensemble est vécu de manière simultanée par tous ses spectateurs, ce n'est en revanche pas le cas pour le visionnage ponctuel de ses films, ce qui différencie la manifestation d'une expérience telle que celle des œuvres jouées au *Metropolitan Opera* de New York et diffusées en temps réel à travers le monde. La non-synchronisation des séances dans les différents espaces de diffusion de Kinotayo, chacun disposant d'un planning de diffusion lui étant propre, pose la problématique du décalage des expériences individuelles au

sein d'une expérience collective pourtant synchronisée dans sa temporalité globale. Si la symbolique de synchronisation domine dans le cadre du festival, dans les faits elle se trouve nuancée. Le terrain ici étudié constituait donc un cas particulièrement approprié pour observer les ressources symboliques mises en œuvre par le festival et les individus y participant pour « combler » ce qui peut apparaître comme un *déficit* de lien spectatorial effectif.

La méthodologie ici employée, afin de saisir ces dynamiques, s'est principalement appuyée sur des entretiens pour la plupart semi-longus. La principale contrainte rencontrée fut celle de la disponibilité des interrogés. Le Festival de Kinotayo ne constituant pas un espace-temps temporellement *tassé* et géographiquement homogène, il a été difficile dans le cadre de l'analyse de s'appuyer sur un type « traditionnel » de disponibilité festivalière. En comparaison à des comportements liés à des espaces-temps festivaliers plus homogènes, vécus comme des « bulles » relativement isolées de ce qui peut souvent être perçu comme la « vie courante », les individus concernés dans le cadre de Kinotayo faisaient presque office d'électrons libres dans leurs rapports aux espaces de diffusion. Le Festival de Kinotayo – ses dispositifs matériels aussi bien que ses ressources symboliques – se trouve ainsi particulièrement « dilué » dans l'espace-temps urbain sur lequel il fonde son existence. La conséquence inévitable de ce type de situation est un flou croissant des frontières du festival, ce dernier étant traversé par les représentations et expériences issues de cet espace urbain extra-festivalier omniprésent. Au cours de l'enquête, la majorité des spectateurs restait ainsi peu longtemps sur place, arrivant peu avant la manifestation visée – qu'il s'agisse de la séance du film programmé, d'un débat, d'une présentation, d'une table ronde et/ou d'une rencontre avec l'équipe du film – et repartant souvent rapidement après.

Nous avons donc entrepris de découper notre approche en deux segments : un travail d'entretiens d'une part et un travail d'observation d'autre part. Mettre en place un protocole d'observation devait permettre, dans une certaine mesure, de contourner l'écueil de la disponibilité mentionné ci-dessus en nous permettant d'appréhender les spécificités liées au Festival de Kinotayo. Les modalités de cette disponibilité étant en soi un symptôme de l'espace-temps du festival, les contextualiser s'est avéré rapidement nécessaire pour assurer le bon déroulement des protocoles d'enquête. Nous avons ainsi

entrepris d'observer et d'analyser les dispositifs matériels, les ressources symboliques ainsi que les traits comportementaux – individuels et collectifs – relevés chez les spectateurs.

Cette observation comportementale a été pensée comme répartie sur trois segments : avant, pendant et après la séance, afin d'appréhender le déploiement de l'activité spectatorielle autour du visionnage de l'œuvre, mais également dans le cadre précis de ce visionnage. Le principal trait spectatorial alors interrogé était l'évolution du sédentarisme traditionnel cinématographique. Voit-on les films de la même manière que dans le cadre de la période historique préalable à la diffusion massive des médias et dispositifs numériques ? Il s'agissait donc d'observer les particularismes comportementaux liés aux dispositifs du festival. Ces traits étudiés regroupaient de multiples aspects : activités précédant la séance, gestion du temps d'attente, horaires d'arrivée dans les espaces du festival, activités durant la séance (sorties de salle, usage des Smartphones, disposition dans la salle, etc.), fréquences d'utilisation des équipements numériques personnels, ou encore activités postérieures à la séance (discussions, isolements, répartition des individus dans les dispositifs du festival, départs, etc.). Que signifient ces spécificités du rapport des individus à l'espace-temps du festival concernant le rapport aux œuvres et aux pratiques numériques ? Une partie de notre travail d'observation nous a donc permis de développer le questionnement déjà abordé avec les spectateurs du Festival de Cannes : le rapport individuel à l'entité festivalière, toutefois désormais sous la perspective de la construction de l'appartenance festivalière et non plus de sa désynchronisation.

Un questionnement s'est rapidement imposé : de quelles manières était-il possible d'exploiter scientifiquement la **dimension géographique** du festival, principale spécificité de ce terrain d'étude concernant notre recherche, et de l'intégrer à nos protocoles d'enquête ? Kinotayo étant composé de différents espaces répartis sur le territoire français, chacun d'entre eux, même si logistiquement et symboliquement rattaché à une entité festivalière commune, possède une identité et un *rythme* lui étant propres – que ce soit à travers son planning de séances, ses dispositifs, son histoire en tant qu'institution ou encore son mode quotidien de fonctionnement. Les modalités de questionnement étaient donc amenées à évoluer selon la partie festivalière étudiée. Il

s'agissait de contextualiser chaque espace du festival afin de mettre en perspective les résultats y étant récoltés. C'est pourquoi le travail d'observation s'est employé à distinguer précisément chacun de ces espaces.

Cette dimension géographique était ici, par-delà l'observation des spécificités symboliques et matérielles des espaces, principalement interrogeable dans le cadre des représentations des individus : que signifie pour eux l'éloignement des espaces du festival, ainsi que la notion de festival elle-même ? Toutefois, cette dimension était également analysable sous l'angle des pratiques. Peut-on ainsi, auprès de certains spectateurs, noter une mobilité entre les différents espaces du festival ? En quoi les expériences de visionnage diffèrent-elles d'un espace à l'autre ? Il s'agissait avant tout de s'interroger sur la territorialisation des expériences de spectateurs. Si les représentations des spectateurs ont constitué le principal matériau d'analyse récolté auprès des individus, la question des pratiques n'a pas été négligée. Le plus souvent, les pratiques se sont avérées spécifiquement territorialisées et ne révélaient que peu de mobilité spectatorielle entre les différents espaces du festival. C'est a posteriori, dans le traitement des entretiens, que les pratiques de spectateurs géographiquement éloignés ont pu être comparées.

Comme nous l'avons vu dans la première partie de cette recherche, le Festival de Kinotayo est géographiquement segmenté d'une manière spécifique. Si les espaces gravitant autour de son « centre » symbolique et décisionnel – Paris et la région parisienne – sont souvent ce que nous qualifierons de culturellement « transversaux », tels la Maison de la culture du Japon, le Centre culturel de l'Orangerie, le Grand Palais ou le Pôle Universitaire Léonard de Vinci, les espaces plus éloignés géographiquement sont en revanche tous des espaces de diffusion cinématographiques dits « classiques ». En ce sens, ils se déploient dans un espace de signification les instituant en tant qu'*espaces-relais* du festival, relayant une symbolique du festival créée en amont. Nous nous pencherons plus tard dans cette recherche plus précisément sur cette segmentation et ses significations dans le déploiement symbolique de la manifestation. Cette variation dans les statuts des espaces de Kinotayo a été intégrée dans les protocoles d'entretiens, afin de déterminer dans quelle mesure une dimension réflexive pouvait être observée chez les individus interrogés. Concernant l'expérience et l'appartenance festivières

ressenties par les spectateurs de Kinotayo, un espace de diffusion de province faisant office d'*espace-relai* peut-il ainsi être individuellement perçu comme moins « important » qu'un espace de diffusion parisien ? Si une telle hiérarchisation des ressentis d'appartenance peut être observée, quels facteurs peuvent en être considérés comme responsables ?

Il est aussi à noter que, lors de l'élaboration des protocoles puis lors des enquêtes elles-mêmes, nous ne savions pas si les différents espaces étudiés seraient marqués ou non par des tendances spécifiques concernant les profils socioculturels des individus rencontrés. Nous avons donc tenté de mettre en perspective, lors du traitement des résultats, les différents types de profils interrogés à l'aune de la variable de la localisation géographique.

Deux types d'individus ont été approchés dans le cadre de notre volet d'enquête au Festival de Kinotayo. Si les spectateurs « classiques » ont tout d'abord constitué la partie essentielle de nos échantillons d'interrogés, les individus se situant du côté organisationnel du festival ont également fait figure de personnes ressources. Ces derniers se répartissaient en deux groupes : l'équipe organisatrice spécifique au Festival de Kinotayo d'une part et les professionnels attachés aux lieux partenaires d'autre part, distinction qu'il a été heuristique d'attacher à la dimension géographique afin de mieux appréhender les spécificités des différents espaces.

Les membres de l'équipe organisatrice du festival ayant été rencontrés ont été uniquement interrogés lors de la première édition de ce terrain, en 2009, dans ce que nous avons identifié comme étant la partie *exploratoire* de l'enquête. Le court entretien mené avec deux membres de l'équipe attachés à la communication du festival – l'entretien ayant été réalisé à Paris en plein début de l'événement – nous a permis de nous pencher sur l'identité institutionnelle de Kinotayo et des intentions affichées par son équipe, que ce soit en termes de programmation ou d'appréhension de sa dispersion géographique et de ses publics.

L'édition 2009 du festival, sur laquelle nous avons été présent pendant les journées du 26, du 27 et du 28 Novembre, a donc été l'occasion de mettre en place la partie

exploratoire de ce volet de notre enquête, mais également de commencer à nous pencher de manière spécifique sur la question des représentations festivières et du sentiment d'appartenance. Les 26 et 27 Novembre furent consacrés, à Paris, principalement à trois démarches :

- Une prise de repères consistant en une observation de dispositifs sur les espaces du Grand Palais et de la Maison de la culture du Japon.
- Une rencontre de membres de l'équipe du festival dans l'espace rencontre de l'*Hôtel Fouquet's*, dont deux entretiens furent tirés.
- Un travail d'entretiens avec quelques spectateurs dans les espaces de la Maison de la culture du Japon et du Grand Palais.

La journée du 28 Novembre fut consacrée à une présence sur l'espace de diffusion du festival situé à Montpellier, *Le Royal*. Quelques entretiens courts avec des spectateurs y furent menés en complémentarité avec ceux initiés lors du terrain parisien. Un membre de l'équipe du *Royal* fut également rencontré. N'étant ni un spectateur dit « classique » ni un membre de l'équipe organisatrice du festival, son statut fut heuristique en ce qu'il illustre une fonction de « relai » pour le festival. Cette question du relai symbolique, vecteur du sentiment d'appartenance spectatorial, étant ici la principale problématique, cette rencontre a pu aider à mieux éclairer les entretiens menés avec les autres individus de notre échantillon. En tout, 12 entretiens avec des spectateurs dits « classiques » furent recueillis durant notre présence sur l'édition 2009 de Kinotayo, sur lesquels nous reviendrons plus tard.

Nous avons vu en première partie que, de 2009 à 2010, le Festival de Kinotayo a gagné en ampleur logistique. Sa durée a connu la même logique exponentielle : si l'édition 2009 s'est déroulée du 17 au 28 Novembre, l'édition 2010 s'est quant à elle déroulée du Samedi 20 Novembre au Samedi 11 Décembre, doublant ainsi sa durée en passant de 11 jours à 22 jours. Le terrain effectué sur cette édition 2010 s'est inscrit dans cette logique en s'avérant plus long qu'en 2009. Trois jours y furent consacrés à des espaces de diffusion parisiens (les 24, 25 et 26 Novembre) tandis qu'une journée fut consacrée à des espaces de diffusion *de province*, spécifiquement deux situés à Saint Etienne (le 7 Décembre). L'enquête 2010 nous a permis de poursuivre le travail effectué sur l'édition

2009, notamment en prenant appui sur un espace déjà étudié – la Maison de la culture du Japon – afin d’y étudier les évolutions et continuités, tant au niveau du dispositif festivalier que des pratiques et représentations des spectateurs.

La question de la nature des espaces de diffusion s’est rapidement posée. Comme nous l’avons vu plus haut, la Maison de la Culture du Japon constitue pour le festival ce que nous appelons un espace de diffusion « culturellement transversal ». Par cette terminologie, nous établissons ici que cet espace n’est pas spécifiquement attaché à la diffusion cinématographique et revêt, par son identité institutionnelle, une vocation de diffusion et de mise en valeur culturelle multidimensionnelle : expositions, spectacles vivants, conférences, littérature ou encore cinéma. Un tel espace est donc porteur d’une symbolique culturelle dite « transversale », particulièrement pour une manifestation comme le Festival de Kinotayo qui, pour sa part, est spécifiquement cinématographique. Quelle est l’importance d’un tel lieu dans la constitution de l’entité festivalière et de son identité ? Il s’agit d’un aspect que nous avons interrogé, après la prise de contact de 2009 avec l’équipe du festival, auprès des spectateurs rencontrés : participer à un festival et voir un film dans le cadre d’un espace culturel « transversal » constitue-t-il une démarche différente d’une expérience dans le cadre d’un espace de diffusion cinématographique plus « classique » ? Nous avons donc accompagné ce terrain à la Maison de la Culture du Japon de trois autres terrains dans des salles de cinéma partenaires du festival de Kinotayo : l’une à Paris – le Denfer – et deux autres à Saint Etienne – Le Méliès et Le France. 13 entretiens ont été récoltés sur l’édition 2010 du festival, allant d’une durée de six minutes pour le plus court à une durée de 34 minutes pour le plus long.

Le choix de ces quatre espaces étudiés lors de l’édition 2010 nous a permis d’effectuer un travail comparatif non seulement entre espaces dits « transversaux » et espaces de diffusion cinématographique « classiques » – que ce soit sous l’angle de la région parisienne elle-même ou d’une mise en parallèle avec les espaces de province – mais également entre espaces de diffusion « classiques » parisiens et de province. Ce protocole nous a ainsi permis de croiser les variables de multiples manières afin d’exploiter les résultats recueillis : selon qu’il s’agissait d’espaces de diffusion « transversaux » ou « classiques », selon qu’il s’agissait d’espaces parisiens ou d’espaces-

relais géographiquement éparpillés sur le territoire français³⁰, ou encore selon qu'il s'agissait de spectateurs dits « classiques » ou de professionnels travaillant soit à l'organisation du festival, soit dans le cadre des espace de diffusion partenaires.

Le travail de comparaison des résultats obtenus – auprès des individus interrogés ou à travers le volet d'observation – selon la variable des espaces étudiés s'est ainsi articulé autour de quatre cas distincts qui traverseront, même implicitement, le traitement des données que nous allons effectuer :

- Espace culturellement transversal à Paris / espace de diffusion classique à Paris
- Espace culturellement transversal à Paris / espace de diffusion classique en province
- Espace de diffusion classique à Paris / espace de diffusion classique en province
- Espace de diffusion classique en province / espace de diffusion classique en province

Ce rapport à l'espace est pour Kinotayo un défi essentiel concernant son développement en tant que manifestation pérenne ainsi que son rapport à la notion même de festival, cette dernière se trouvant questionnée par des modalités d'appartenance devenant, en régime numérique, plus complexes et floues. Nous allons maintenant nous pencher plus précisément sur nos résultats d'enquête, en commençant par l'effet que les dispositifs du festival ont sur sa propre entité et son rapport à ses spectateurs.

³⁰ Il ne s'agit pas ici de baser l'enquête sur un référent arbitrairement et implicitement « parisiano-centré ». Toutefois, comme nous le verrons un peu plus tard, le Festival de Kinotayo a symboliquement et logistiquement basé le *cœur* de son entité à Paris.

2. Des dispositifs numériques de diffusion complexifiés : reconfigurer l'espace

Le dispositif Smartjog : quel(s) usage(s) ?

Nous avons déjà eu l'occasion de nous pencher théoriquement sur le phénomène de *dispersion géographique* opéré par le Festival de Kinotayo, à travers un passage en revue de ses différents espaces de diffusion et de leurs statuts respectifs au sein de la manifestation. Il convient donc maintenant d'évoquer l'outil permettant sous une perspective technique l'existence du festival sous la forme si spécifique nous intéressant ici : *Smartjog*. Ce dernier est le dispositif conditionnant les modalités d'existence du Festival de Kinotayo, tant dans ses intentions formelles esthétiques – une diffusion de qualité permettant la découverte de films japonais à travers la richesse offerte par les plus récentes évolutions techniques cinématographiques – que dans ses intentions d'expansion – permettre cette découverte au plus grand nombre de spectateurs grâce à une répartition géographique élargie.

Le dispositif *Smartjog* constitue, au moment de cette recherche, l'un des outils de diffusion numérique les plus internationalement utilisés, relayé par 1250 clients répartis dans 65 pays différents depuis sa création en 2002³¹ à l'initiative du groupe TDF. Parmi ces clients se retrouvent de multiples profils institutionnels : diffuseurs, distributeurs, équipes de post-production, agences de publicité, systèmes aériens, plateformes médiatiques numériques, firmes de *mastering* et pressage DVD ou encore exploitants de salles de cinéma équipées en dispositifs de diffusion numérique. Ses sièges se situent à Paris et à Los Angeles. *Smartjog* illustre donc, à échelle internationale, le questionnement que nous nous posons ici à l'échelle plus spécifique de Kinotayo : celle des enjeux et perspectives de la diffusion cinématographique numérique. Il s'agit précisément de l'objet nous ayant incité à incorporer le Festival de Kinotayo dans notre

³¹ Informations relevées sur le site officiel, <http://www.smartjog.com>, le 17 Septembre 2011.

protocole de recherche. En effet, de l'usage de *Smartjog* découlent, dans ce cadre précis, deux premières hypothèses :

- Le lien effectif entre les différents espaces du festival à travers ses dispositifs numériques s'accompagne nécessairement de la production de ressources symboliques renouvelées afin de permettre la production d'un sentiment d'appartenance spectatorielle.
- Les modalités de construction de ce sentiment d'appartenance spectatorielle à un « tout festivalier » débordent le simple cadre de l'espace-temps de la manifestation elle-même.

La question des ressources symboliques de la forme festivalière et du débordement de ses frontières par l'expérience spectatorielle sont des thématiques n'étant pas spécifiques au régime numérique, et c'est précisément ici que se révèle le cœur de notre démarche : le cas de l'évolution des dispositifs numériques de diffusion, par-delà ses différents aspects de « nouveauté », nous permet en fait d'interroger de manière renouvelée des thématiques avant tout inhérentes à la forme festivalière et non au contexte dans lequel elle s'inscrit. Deux usages de *Smartjog* sont à relever dans le cadre de notre analyse : l'un, *localisé*, dans le cadre des espaces de diffusion du festival et l'autre, *globalisé*, permettant au festival de revêtir la forme spatialement « dispersée » qui est la sienne. Le premier ne concerne pas la dimension spectatorielle qui nous intéresse ici. En effet, l'impact du dispositif numérique pour les différents espaces de diffusion, même s'il sera évoqué à quelques reprises, concerne principalement les professionnels et institutions œuvrant du côté de la manifestation, notamment au niveau de ce qui relève du coût et de la maniabilité de l'outil. L'aspect spectatorielle ne sera interrogeable que dans le cas de la perception d'une *esthétique numérique de diffusion*, telle que nous l'avons déjà évoquée brièvement dans notre partie consacrée au Festival de Cannes. C'est donc l'usage que nous avons qualifié de « globalisé » qui va nous intéresser ici, car il relève directement de l'appréhension spectatorielle de l'ensemble de l'expérience festivalière et de la question du sentiment d'appartenance à un espace-temps qui, s'il n'est pas homogène, reste spécifique et identifiable. Dans quelle mesure et selon quelles modalités, dès lors, les spectateurs se *repèrent-ils* au sein de la manifestation ?

L'entretien réalisé en 2009 à la Maison de la Culture du Japon avec Clara, étudiante de 25 ans, commençait déjà à illustrer le rapport spectatorial pouvant se déployer face à la particularité de ce dispositif festivalier :

« Ben c'est un peu déstabilisant au début. On a plutôt l'habitude des festivals qui se déroulent dans un seul endroit. Là au début on sait pas trop si c'est juste une thématique générale ou un vrai festival, malgré le nom. On sait qu'il se passe des trucs ailleurs, mais à moins de vraiment se renseigner sur le reste, ça peut rester flou. Enfin, tout ça, c'est au début bien sûr. »

(Clara, 25 ans, étudiante – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2009)

Clara met ici le doigt sur une *première* approche individuelle de l'espace-temps de Kinotayo, illustrant ainsi en quoi ce dernier diffère *a priori*, en termes de représentations, d'une appréhension spectatorielle plus « traditionnelle » de l'entité festivalière, que ce soit dans son déploiement effectif mais aussi symbolique. Reste désormais à nous pencher, par-delà cette première approche confrontant ponctuellement différents niveaux de représentations, comment se déploie *structurellement* l'expérience faite par les spectateurs de l'espace-temps de Kinotayo. Nous pourrions ainsi observer en quoi il y a ou non évolution de ce premier décalage symbolique pouvant être perçu.

Comme dit précédemment, il ne s'agit plus ici de nous focaliser sur l'usage individuel des dispositifs numériques. *Smartjog* nous servira, dans ce volet de l'enquête, de fil rouge afin d'interroger les ressources symboliques mises en œuvre par la forme festivalière et les individus afin d'assurer, au-delà des formes de désynchronisation individuelles déjà analysées, la continuité de son espace-temps. La perspective spectatorielle sera abordée par ce truchement : il sera question du rapport individuel non plus à la déconstruction de l'espace-temps festivalier mais, au contraire, à ses processus renouvelés de construction identitaire et d'appartenance en régime numérique.

Approche d'un processus de « dispersion festivalière »

Le cas du Festival de Cannes nous a permis d'observer que les frontières de l'expérience spectatorielle collective évoluent pour le public en étroite interaction avec celles de ses zones d'individualisation. Le phénomène de « dispersion festivalière » opéré par le Festival de Kinotayo – dispersion hétérogène de ses espaces de diffusion et donc de ses publics – en constitue un nouvel exemple. Comment interroger ce phénomène de dispersion, au-delà des intentions, ressources et dispositifs mis en place par la manifestation, dans sa dimension spectatorielle ?

Il convient ici de se livrer à une précision terminologique. Si nous parlons indifféremment dans cette recherche de « dispersion », « d'éparpillement » ou de « déterritorialisation » afin de qualifier les modalités d'existence et les dispositifs du Festival de Kinotayo, il s'agit avant tout de qualifier sa dimension *géographique* et les impacts socioculturels qu'elle peut produire sur l'expérience des festivaliers. Ce qui est ici désigné est le processus, en régime numérique, d'*hétérogénéisation* relative d'un espace-temps traditionnellement conçu comme homogène. En aucun cas le concept de déterritorialisation dont il est question ici n'est donc entendu dans une perspective similaire aux théories qu'ont pu produire, par exemple, Gilles Deleuze et Félix Guattari dans le premier tome de « Capitalisme et schizophrénie »³².

Nous pouvons retrouver en ANNEXE 1 la grille d'entretien ayant été utilisée pour appréhender les différents spectateurs du Festival de Kinotayo. Les entretiens avec les membres de l'équipe du festival ayant obéi à des logiques différentes, ils figurent quant à eux en ANNEXE 2C avec les autres entretiens qualifiés « d'exploratoires ». Il convient de noter qu'une partie non négligeable de la grille d'entretien utilisée dans le cadre de l'enquête à Kinotayo correspond à l'articulation des grilles utilisées dans le cadre des spectateurs dits « classiques » rencontrés au Festival de Cannes. En effet, une partie des traits spectatoriels interrogés n'est pas tributaire des spécificités du festival dans lequel elle s'inscrit et relève du rapport des individus aux dispositifs numériques et à leur

³² Voir DELEUZE Gilles & GUATTARI Félix, *Capitalisme et schizophrénie. L'anti-Œdipe*, Editions de Minuit, col. « Critique », 1972

environnement de manière générale. La partie évolutive des grilles d'entretiens a donc été liée aux spécificités des deux manifestations analysées. Dans le cas de Kinotayo, cette spécificité s'est ainsi avérée surtout concerner le rapport à l'éparpillement géographique de l'expérience collective et aux représentations de ce qui constitue ou non, pour les individus, la nature d'une forme festivalière.

Les entretiens obtenus ont été méthodologiquement traités de deux manières : thématique et par croisement de facteurs. Le premier travail, comme son nom l'indique, a consisté à isoler des pans thématiques redondants ressortant chez les différents interrogés, afin d'établir des dynamiques transversales faisant sens à l'échelle du festival dans son ensemble. Le croisement de facteurs a consisté, quant à lui, à s'appuyer sur ce premier travail et à croiser les résultats ainsi obtenus avec les différents facteurs que sont, par exemple, le profil socioculturel des individus ou l'espace festivalier dans lequel ces derniers ont été interrogés. Par-delà le fait d'établir des dynamiques transversales faisant sens à l'échelle de l'ensemble du festival, il s'agissait donc à travers ce deuxième travail de comprendre *comment* elles faisaient sens au sein du festival.

Le travail comparatif entre les différents entretiens s'est donc rapidement vu revêtu d'un aspect multidimensionnel : comparaison entre différents *types* d'espace tels que nous les avons répertoriés en introduction de cette partie, comparaison entre espaces parisiens et espaces de province se jouant à un niveau plus symbolique, comparaison entre les différents profils socioculturels et l'environnement festivalier dans lequel ils s'inscrivent, ou encore comparaison temporelle entre les deux années de l'enquête afin de discerner de potentielles évolutions dans les modalités de pratique ou de représentation du terrain festivalier par les spectateurs.

Une première conclusion ayant émergé du traitement de l'ensemble de nos entretiens est qu'*aucune* véritable corrélation n'est observable entre les profils socioculturels des interrogés et l'espace dans lequel ils ont été interrogés. Aucune constante notable ne ressort de cette modalité de croisement des facteurs. Les modalités géographiques de la présence festivalière semblent donc avant tout déterminées par l'arbitraire du lieu d'habitation ou des déplacements touristiques et/ou de loisirs des individus. Chaque espace nous a ainsi permis de rencontrer des profils socioculturels variés, n'obéissant à

aucune spécificité d'ordre géographique. Les entretiens menés révèlent que chaque expérience individuelle d'un espace spécifique du festival s'est faite selon le critère de la proximité géographique. Aucun individu n'a ainsi déclaré avoir transcendé la rationalité géographique de ce choix pour privilégier un espace plus distant, mais revêtant une signification symbolique plus forte ou relevant d'un autre type de rationalité de choix.

L'entretien mené en 2009 avec Remy, ingénieur de 32 ans vivant à Montpellier, illustre cette importance de la proximité géographique que nous avons retrouvée dans tous les entretiens :

« Tous les endroits proposent plus ou moins la même programmation, non ? Donc je vois pas trop pourquoi je m'emmerderais à aller à Paris pour voir la même chose, juste histoire de dire (ndA : l'interrogé affecte une voix volontairement et ironiquement arrogante) « oui, oui, j'étais à Paris tu vois, moi j'ai vraiment vécu le film et le festival tu vois » (rires). Non mais je caricature là hein, mais au fond c'est ça. Voir le film ici ou là-bas, je vois pas trop la différence, ici c'est une super salle, on voit le film dans de bonnes conditions, donc bon. C'est pas comme si ça allait super différent dans un autre endroit. Là de toute manière j'ai plus l'impression de voir un simple film que d'aller à un festival, donc ça règle la question, un film c'est un film. »
(Remy, 32 ans, ingénieur – Salle *Le Royal*, Montpellier – 2009)

Comment interpréter ce résultat à l'aune de la notion d'*exclusivité festivalière* ? Les espaces parisiens de diffusion du Festival de Kinotayo, particulièrement la Maison de la Culture du Japon, proposent ainsi des spécificités, comme la rencontre avec des équipes de films présentés dans la sélection, non réitérées dans d'autres espaces, notamment ceux de province. Il était aisé de postuler, au départ de cette recherche, que cette dimension d'exclusivité pouvait encourager les individus à transcender le seul facteur de la proximité géographique tel qu'énoncé par Remy. *Resynchroniser* l'expérience festivalière supposerait alors le maintien et le développement nécessaire, malgré les « éloignements » individuels ponctuels ou permanents – respectivement dans le cas de Cannes et de Kinotayo – permis par les dispositifs numériques, d'espaces irréductibles assurant l'*être ensemble* nécessaire au sentiment d'appartenance à un collectif. Or,

l'entretien mené en 2010 avec Chantal, libraire de 42 ans vivant à Saint Etienne, dessine une dynamique quelque peu différente de ce postulat de départ :

« Oui j'ai vu sur Internet qu'il y a des évènements spéciaux dans les salles de Paris... Je sais pas. Bon bien sûr si on est un fan *hardcore* du film ou du réalisateur, je comprends qu'on puisse vouloir faire le trajet spécialement pour ça, hein. Mais bon. A un degré plus *normal* (sourire), c'est pas nécessaire. En plus je crois que ces séances spéciales, tous ces petits micro-évènements, ils sont filmés puis diffusés sur le site. Je crois même que c'est en direct d'ailleurs. Donc pas besoin de faire le chemin pour être là. Vous me demandez si j'ai l'impression de faire partie d'un festival ou pas s'il n'y a pas un seul lieu, et sincèrement, oui. Si je regarde en direct la séance spéciale sur le web, oui, j'ai l'impression d'y être. On a pas besoin d'être physiquement présent pour ressentir un truc commun. Après, ça dépasse Internet et le numérique ça hein, en 1969 avec les hommes sur la Lune, tout le monde vivait un même truc au même moment, et il y avait pas Internet (rires). »

(Chantal, 42 ans, libraire – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Le cas de Chantal nous montre que la notion d'appartenance festivalière dépasse, par certains aspects, le seul *être ensemble* au sens où il est traditionnellement appréhendé, c'est à dire comme une mise en présence physique. Il est nécessaire de noter que les résultats obtenus ici auprès de notre échantillon ne sont, bien entendu, pas représentatifs de l'ensemble de la population des festivaliers de Kinotayo. Il est probable que certains des spectateurs du festival s'engagent dans un déplacement géographique les menant au-delà des espaces de diffusion du festival les plus proches, afin de faire la démarche d'expérimenter directement les exclusivités proposées par certains espaces – la plupart du temps parisiens. Toutefois, l'extrait d'entretien cité ci-dessus nous montre bien une réalité spectatorielle de l'expérience pouvant s'affranchir de la seule présence *physique* de l'individu. *Être ensemble* et *expérimenter ensemble* revêtent alors, dans le cadre de l'expérience festivalière et comme nous le verrons plus précisément dans une partie ultérieure, des significations sensiblement différentes.

Les espaces de Kinotayo

Nous avons vu dans la partie précédente en quoi la rationalité des déplacements spectatoriels dans le cadre du Festival de Kinotayo pointait, dans tous les cas observés dans notre échantillon, la variable de la *proximité géographique* afin d'expliquer les présences individuelles dans les espaces spécifiques de la manifestation. Nous ne nous sommes en revanche pas interrogé sur les cas de présence individuelle dans *plusieurs* espaces du festival et la question en découlant : celle de la mobilité spectatorielle non plus *vers* les espaces du festival, mais *entre* ces espaces.

Seuls un interrogé en 2009 (Arnaud, commercial de 44 ans) et deux interrogés en 2010 (Gilles, étudiant de 22 ans et Ludivine, infirmière de 26 ans) ont fait l'expérience, chaque fois dans le cadre d'une seule édition de Kinotayo, de deux des espaces de diffusion du festival. Dans les trois cas, aucun déplacement de « grande distance » n'a été constaté, il s'agissait à chaque fois d'espaces de diffusion *parisiens*. Le critère de la proximité reste donc ici proéminent, comme l'illustrent les propos de Gilles en 2010 :

« Il y a plusieurs salles à Paris, donc bon, ça coûte rien d'y faire un tour. Bon là bien sûr c'est surtout à la Maison de la Culture du Japon que je suis venu pour voir le film qui m'intéresse, mais ça m'a pas empêché de faire un tour au Grand Palais avant de venir, juste par curiosité. J'avais le temps. C'était pas pour voir un film, juste pour voir comment le festival est installé. C'est quand même bizarre a priori un festival qui se passe comme ça, donc j'ai eu envie de voir. Au final j'ai pas vu grand chose (rires). »

(Gilles, 22 ans, étudiant – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

On dénote, dans l'entretien mené avec Gilles, la présence d'un certain décalage entre sa conception d'une entité festivalière et les dispositifs de Kinotayo, qu'il qualifie de « bizarres ». On peut donc encore une fois constater une mise en question, à travers les potentialités numériques, des imaginaires festivaliers des individus. Gilles ne s'est toutefois pas rendu dans le deuxième espace de diffusion pour en faire l'*expérience*, mais simplement pour s'informer. Arnaud et Ludivine, en revanche, ont cumulé les espaces de

diffusion dans une démarche spectatorielle. Chacun explique cette démarche d'une manière très pragmatique. Arnaud, rencontré dans l'espace parisien du Grand Palais, déclare ainsi en 2009 :

« Oui, je suis allé à la Maison de la Culture du Japon aussi. Par curiosité un peu, mais surtout parce qu'il y avait des séances de films qui m'arrangeaient bien, simplement. Ça tombait mal pour moi niveau timing dans les autres salles. »

(Arnaud, 43 ans, commercial – Grand Palais, Paris – 2009)

Ludivine s'inscrit en 2010 dans une explication similaire :

« Oui, je suis allée dans l'autre salle, qui s'appelle... (pause) Le Denfer. Ouais, c'est ça. Les horaires des films m'arrangeaient bien, donc je suis allé en voir un. Maintenant, ça m'arrangeait bien ici (NdA : La Maison de la Culture du Japon), donc je suis ici. Ca va pas plus loin (sourire). »

(Ludivine, 26 ans, infirmière – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

Nos deux interrogés n'évoquent pas spontanément, au-delà des *raisons* les poussant à expérimenter plusieurs espaces, le *ressenti* de leur expérience de ces espaces, dont nous avons pu voir qu'ils revêtent chacun des symboliques et statuts spécifiques. Quelle appréhension en révèlent-ils, une fois explicitement interrogés sur cette question ? Ludivine évoque une distinction restant assez floue :

« Je vois pas trop de différence. Bon des endroits comme la Maison de la Culture du Japon c'est particulier, c'est agréable d'y venir, ça change. En même temps c'est un festival, faut que ça soit un peu particulier, sinon c'est la même chose que d'aller au cinéma comme d'habitude. »

(Ludivine, 26 ans, infirmière – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

Ludivine illustre ici la notion de *sortie du quotidien* semblant attachée, dans l'imaginaire collectif, à la forme festivalière. Cette dernière, pour être reconnue comme telle, doit alors faire *rupture* avec ce qui est perçu comme commun, quotidien. Si le dispositif

hétérogène de Kinotayo témoigne comme nous l'avons vu de frontières assez floues avec l'environnement extra-festivalier, les propos de Ludivine semblent montrer que la sensation de rupture avec le quotidien attachée à l'idée de la forme festivalière n'est pas uniquement tributaire d'un espace-temps homogène. On décèle donc ici un notable point d'accroche entre les conceptions dites « traditionnelles » de la forme festivalière et les représentations évolutives des individus en régime numérique.

Arnaud, quant à lui, à défaut d'évoquer une distinction *entre* les espaces du festival, évoque la distinction entre les espaces de Kinotayo qu'il a expérimentés et les espaces de diffusion cinématographique plus commun que sont les salles de cinéma. Il va ainsi dans le sens de Ludivine concernant la spécificité des dispositifs festivaliers par rapport aux expériences cinématographiques plus courantes :

« C'est des endroits particuliers, ça change des salles de cinéma, c'est sûr. C'est bien, ça tranche un peu, on a plus l'impression d'être dans un événement un peu spécial. »

(Arnaud, 43 ans, commercial – Grand Palais, Paris – 2009)

Les premiers résultats ressortant du travail d'entretiens mené à Kinotayo nous révèlent donc une faible mobilité des interrogés entre les espaces de diffusion du festival. La majorité des spectateurs rencontrés lors des deux éditions (24 sur 27) s'est avérée fréquenter un seul et même espace, même dans le cas des deux profils rencontrés lors des deux éditions – Lisa et Antonin n'ayant fait l'expérience que de la Maison de la Culture du Japon. Lorsqu'une mobilité entre espaces du festival est constatée, elle se trouve avant tout motivée par un effet de *proximité*, qu'il se traduise par une simple curiosité individuelle ou un pragmatisme organisationnel de spectateur. Aucun cas de mobilité spectatorielle *entre* les espaces de Kinotayo n'a été constaté en dehors de la stricte sphère parisienne. Les entretiens ont toutefois également pointé le fait que l'effet festivalier de *sortie du quotidien* ne se trouve pas nécessairement lié à l'homogénéité de son espace-temps, comme nous le développerons plus tard à travers l'analyse des ressources symboliques mises en œuvre par Kinotayo.

Nous avons ici commencé à évoquer le rapport parfois conflictuel pouvant exister entre les imaginaires spectatoriels festivaliers et l'entité constituée par Kinotayo, s'avérant dans plusieurs cas déstabilisante pour nos interrogés. Il convient donc maintenant de nous pencher plus précisément sur la nature de ces imaginaires relevés chez notre échantillon, ainsi que sur les modalités de leur déploiement dans le cadre de Kinotayo.

3. La forme « festival » à l'épreuve de la dématérialisation et de la dilatation de son espace-temps : le numérique comme substitut ou comme extension ?

Le « règne de la salle » ? Imaginaires de cinéma Vs imaginaires de rupture

L'enquête au Marché du Film de Cannes nous avait spécifiquement permis de nous pencher sur la problématique du statut des dispositifs numériques dans les pratiques de professionnels de l'industrie cinématographique, en nous demandant si ces dispositifs revêtaient pour ces derniers un rôle de substitut à des pratiques préexistantes ou au contraire une extension. Le cas des spectateurs du Festival de Cannes nous avait permis plus ponctuellement d'aborder la question dans une perspective strictement spectatorielle. Toutefois, c'est bien le terrain de Kinotayo qui nous a permis de réinterroger cette perspective sous une lumière nouvelle.

Comme évoqué à de multiples reprises dans cette recherche, les rhétoriques médiatiques entourant les évolutions technologiques et culturelles en régime numérique – et exerçant ainsi une influence notable sur l'imaginaire collectif et les représentations communes – semblent souvent s'articuler autour de logiques de *rupture*. L'économiste politique Harold Innis, dans son ouvrage « The bias of communication » paru en 1951, donnait déjà à l'époque quelques clefs théoriques s'avérant aujourd'hui pertinentes pour appréhender ces logiques. L'auteur définissait

ainsi les médias à « biais temporel » comme les médias voués à la conservation du savoir sur le temps long, les médias à « biais spatial » étant quant à eux voués à la diffusion du savoir sur de grandes distances. Les logiques médiatiques et rhétoriques que nous évoquons dans cette recherche s'inscrivent dans une perspective temporelle courte, quasi instantanée mais à diffusion large. Elles relèvent donc de ce qu'Innis nomme les médias à « biais spatial », vecteurs de la diffusion d'une idéologie spécifique à grande échelle et sur une temporalité tassée.

La notion de « monopole du savoir » découlerait, selon l'auteur, de ces notions en se déployant dans la tension régnant entre médias à biais temporel et médias à biais spatial. Cette notion désigne ainsi le contrôle technologique du savoir par les individus, médias et groupes dominants d'une société donnée, légitimant ainsi de manière arbitraire un savoir spécifique. Les rhétoriques de la révolution entourant l'impact socioculturel des technologies numériques, que nous évoquons ici, semblent s'ancrer directement dans cette logique décrite par Innis. Il n'a pas été possible, pour des raisons temporelles et logistiques, d'aborder sous un angle scientifique *direct* le cas de ces discours médiatiques dans le cadre de cette recherche. Lors de la constitution des protocoles d'enquête, une approche communicationnelle avait été envisagée, empruntant une voie en partie sémiologique, afin d'analyser ces discours sous l'angle de leur *production*. Pour ce faire, il avait été décidé de prendre comme base d'étude, dans une visée analytique proche de ce que les *Cultural Studies* ont nommé une approche *cross-media*, la vague médiatique s'étant déployée en 2009 avant la sortie du film *Avatar*, de James Cameron, et portant principalement sur le renouveau cinématographique des technologies de la diffusion en relief. Le corpus d'analyse, censé se composer d'articles français et anglo-saxons généralistes ou spécialisés, n'a cependant pas pu être constitué de manière assez conséquente pour permettre une analyse précise et, surtout, représentative de l'ensemble des discours médiatiques à diffusion large.

Ne pouvant pas analyser les représentations et discours sous la perspective de leur production, nous avons toutefois ici pris le parti, comme a pu le montrer l'enquête sur le terrain cannois, d'interroger l'existence de ces discours et représentations à travers la *réception* qui en est faite par les individus, à travers les multiples entretiens ayant été réalisés. Nous avons pu, dans les parties précédentes de ce volet consacré à Kinotayo,

commencer à interroger les imaginaires festivaliers de quelques-uns de nos interrogés, conduisant à deux résultats :

- L'entité constituée par Kinotayo, en raison de son dispositif hétérogène, semble entrer en friction symbolique avec les représentations festivalières des individus.
- Les espaces de diffusion « non classiques » du festival semblent aller, pour nos interrogés, dans le sens d'une *sortie du quotidien* propre à l'expérience festivalière.

Il s'agit maintenant d'aller plus loin dans l'interrogation de ces représentations. Comment les espaces « classiques » de diffusion du festival, occupant un volume majeur de ses dispositifs, sont-ils à leur tour perçus à l'aune d'une identité festivalière ? Il est ici question de déceler comment se déploient les imaginaires de la « salle de cinéma » dans le double contexte festivalier et de régime numérique : à la fois valeur de la salle par rapport à la notion festivalière de *sortie du quotidien* mais également valeur de la salle par rapport aux potentialités de dématérialisation numérique et d'appropriation individuelle de l'expérience. Deux types de *rupture* sont donc ici interrogés : rupture symbolique du quotidien des individus et potentielle rupture des pratiques socioculturelles liée aux évolutions technologiques.

Il s'est rapidement avéré que, à l'inverse des espaces de diffusion « transversaux » du festival, ses espaces dits « classiques » que sont les salles de cinéma ne conduisent pas à la constitution d'un sentiment similaire de « rupture du quotidien », comme l'illustre le cas de Marie, interrogée en 2010 à la salle parisienne *Le Denfer* :

« Non... Pas vraiment l'impression que c'est un festival. Je veux dire, j'ai entendu parler du festival, j'ai regardé le programme, il y avait un film qui m'intéressait, j'ai vu qu'il passait ici, donc je suis venue et voilà. Ca aurait pu être dans n'importe quelle autre salle qui faisait une programmation spéciale, ç'aurait été pareil. Après je sais pas, peut-être qu'il y a d'autres endroits où c'est différent, mais là, franchement, non. Enfin ça me dérange pas plus que ça hein, c'est comme si j'allais simplement au cinéma. »

(Marie, 29 ans, attachée de presse – Salle *Le Denfer*, Paris – 2010)

L'imaginaire spectatorial lié à la salle de cinéma, ajouté au manque perçu de symbolique collective lié à la dispersion de la manifestation, donne donc lieu à un déficit de sentiment d'appartenance festivalier. Ce constat n'est pas spécifique aux espaces parisiens du festival, considérés dans une comparaison avec les espaces dits « transversaux ». Il s'étend également aux espaces-relais de province, comme nous le montre en 2009 Mathieu, étudiant de 26 ans rencontré à la salle *Le Royal* de Montpellier :

« Mouais, je sais pas... (pause) Je suis venu parce que le cinéma japonais m'intéresse et parce que j'avais vraiment envie de voir ce film, mais le festival, tout ça, ça me dépasse un peu. J'aime bien la salle (NdA : le Royal), je viens relativement souvent. Là je vois pas trop la différence avec d'habitude. Il y a deux ou trois posters du festival, mais bon, c'est mince pour qu'un vrai truc se développe. Je sais pas trop ce qui se trame dans les autres endroits. Et fond, je m'en fous (rires). En même temps, c'est original ce qu'ils font, ça doit pas être facile avec tous ces endroits. »

(Mathieu, 26 ans, étudiant – Salle *Le Royal*, Montpellier – 2009)

Au final, à l'image de ces deux interrogés, *tous* les entretiens menés au sein des espaces dits « classiques » du festival que sont les salles de cinéma, que ce soit en 2009 ou en 2010, nous ont révélé une situation et des représentations spectatoriennes similaires. Toutefois, ce déficit de perception des ressources symboliques collectives mises en œuvre par le festival ne signifie pas nécessairement que ces ressources ne s'avéraient pas être mises en œuvre par les individus eux-mêmes. Ainsi, Edwige, journaliste de 38 ans rencontrée en 2010 dans la salle *Le Méliès* de Saint Etienne, évoque à la fois un regret spectatorial mais également une potentialité festivalière :

« Oui non mais je vois ce que vous voulez dire, et je suis d'accord. C'est dommage, parce qu'il y a une vraie démarche à la base. Mais là pour le moment, ça ne fonctionne pas trop. Enfin c'est pas désagréable non plus hein (sourire), mettre à disposition tout ce choix de films un peu partout, c'est super, je sais pas si ça a déjà été fait. C'est juste que pour le moment, eh bien ça ne donne pas du tout l'impression d'être un festival. On vient voir son film

et basta, on repart. En même temps c'est un festival jeune, donc c'est pas facile, il y a encore beaucoup de boulot à faire. Mais il y a du potentiel, je pense que dans les prochaines années ils vont développer ce côté plus... (hésite) *immersif*, oui, c'est ça. »

(Edwige, 38 ans, journaliste – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Le déficit de lien collectif symbolique pouvant être ressenti dans certains espaces n'occulent donc pas le *besoin* spectatorial d'immersion festivalière. La rupture opérée avec la symbolique du quotidien individuel constitue un enjeu fondamental pour la manifestation de Kinotayo, non encore efficacement exploité au vu des intentions affichées par le festival. Toutefois, il ne s'agit pas ici de la seule dimension de rupture interrogée. Nous pouvons postuler que cette absence d'*immersion festivalière* ressentie par de multiples spectateurs est directement tributaire de leurs représentations festivalières au sens large, notamment dans le cadre de leurs évolutions en régime numérique. Ayant entrepris d'interroger ces représentations festivalières auprès d'un maximum d'interrogés de notre échantillon, il s'est rapidement avéré qu'aucun imaginaire notable de rupture ne pouvait être observé concernant l'influence des pratiques numériques sur l'expérience festivalière. La forme festivalière collectivement incarnée de manière homogène reste une représentation dominante chez notre échantillon. Interrogés sur leur perception de l'impact des technologies numériques, *tous* les membres de notre échantillon se sont employés, sans pour autant nier les évolutions socioculturelles permises par la diffusion et les usages de ces outils, à nuancer toute dimension strictement positiviste. Les représentations festivalières restent ainsi majoritairement ancrées dans des perspectives que nous qualifierons de « traditionnelles ». La réponse donnée par Jean-Yves, laborantin de 29 ans rencontré en 2010 à la Maison de la Culture du Japon, est à ce titre représentative :

« Ben oui, pas mal de choses évoluent forcément avec le numérique. Mais il y a certains trucs qui, comment dire... (pause) Des trucs qui sont des fondamentaux. Je veux dire, c'est un peu idiot de penser que tout change avec le numérique, les gens ne sont pas juste des moutons qui attendent qu'on leur dise quoi faire ou comment le faire. Il y en a aussi qui réfléchissent un peu (rires). Le numérique c'est un bon outil pour faciliter certains trucs, aller

plus vite, communiquer plus facilement, mais au final il y a des envies très simples qui restent. Le festival, le film, tout ça c'est très simple. Ce n'est pas du tout une question d'être réac ou conservateur en refusant que ça évolue. C'est juste qu'il y a certaines manières simples de vivre les choses, sans 36000 trucs technologiques entre les gens. »

(Jean-Yves, 29 ans, laborantin – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

Observer les pratiques des festivaliers de notre échantillon en régime numérique semble donc dessiner une complexification évolutive des dispositifs sans pour autant effacer les traditionnelles hiérarchies existant entre eux. Il a hélas été logistiquement et temporellement impossible de formaliser scientifiquement un protocole d'observation conséquent dans le cadre de notre présence au festival de Kinotayo, afin de compléter notre analyse des représentations numériques par les festivaliers par celle de leurs pratiques relevées sur le terrain. Des observations ont toutefois été réalisées en « off », dessinant dans une certaine mesure un tableau similaire à ce qui a pu être observé à Cannes, notamment dans la dimension d'*attente*, cette dernière étant très souvent convertie en temps passé sur des relais numériques individualisés. Comme évoqué précédemment, la temporalité postérieure au visionnage a été difficile à interroger dans la mesure où les individus étaient, dans leur grande majorité, amenés à quitter très rapidement l'espace de diffusion sur lequel ils étaient présents. Sur les deux éditions du festival et tous les espaces observés, seules six sorties de salle en cours de séance ont été observées. Toutefois, il s'agissait à chaque fois de départs définitifs et non d'une sortie momentanée afin d'utiliser des relais numériques. Au final, aucune observation « nouvelle » des pratiques individuelles par rapport au terrain cannois n'a pu être relevée.

Ce qui ressort ces observations de terrain est donc principalement l'absence de rupture constatée dans les représentations des individus concernant les évolutions festivalières en régime numérique. C'est précisément cette absence constatée de rupture qui provoque une friction entre les représentations des individus et la forme festivalière évolutive que constitue le festival de Kinotayo. Dans ce décalage de perception se pose plus nettement la question des ressources symboliques mises en œuvre par la manifestation pour établir son statut. Or, nous avons vu que la salle de cinéma ne

constitue pas, dans ce contexte de dispersion numérique, un repère symbolique assez fort de « rupture du quotidien » festivalière. Nous serons plus tard amenés à analyser les ressources symboliques exploitées par le festival Kinotayo. Toutefois, il convient dans l'immédiat, après avoir commencé à interroger les représentations spectatoriennes articulées autour de la démarche de dispersion géographique *relative* de Kinotayo, d'aller jusqu'à interroger une forme de dispersion dans sa manifestation « extrême » : celle du festival *online*.

Vers un spectateur online ?

Comme nous l'avons vu précédemment dans cette recherche, la notion de festival *online* peut presque s'apparenter, à certains égards, à une contradiction. Son volet strictement technique peut ainsi l'apparenter, dans les imaginaires spectatoriels, à un simple système de VOD³³ éditorialisé sur une temporalité spécifique, le partage de cette temporalité avec d'autres spectateurs pouvant alors constituer l'un des uniques traits de rattachement à une expérience collective de cinéma. Cette temporalité constitue-t-elle le seul pont du festival *online* avec l'activité cinématographique des spectateurs au sens où l'entend Emmanuel Ethis, c'est à dire comme un « art du rendez-vous » ? Nous avons donc ici entrepris de poursuivre la réflexion amorcée dans notre volet de l'enquête consacré à Cannes en interrogeant les représentations des spectateurs de Kinotayo qui, par la nature de l'espace-temps festivalier dans lequel ils évoluent, se retrouvent confrontés plus directement à la problématique de la dispersion, voire de la dématérialisation de l'entité festivalière.

Il convient de revenir brièvement sur le volet cannois de l'enquête afin de recontextualiser les résultats y ayant été obtenus. L'échantillon de professionnels interrogé au Marché du Film de Cannes nous a ainsi présenté une vision nuancée et complexe de la problématique du festival *online*. La majorité des individus en question ont conçu, au moment de répondre, la notion de festival *online* comme une extension. A

³³ *Video on Demand* : littéralement, « vidéo à la demande ». Système payant et numérique de visionnage cinématographique via Internet.

travers les quelques contradictions – déjà analysées précédemment – observée dans leurs réponses, le festival *online* s'avérait constituer pour eux à la fois un horizon réfuté dans sa dimension positiviste, mais également une forme « partiellement inéluctable ». Par cet apparent paradoxe était ainsi signifié que la forme festivalière *online*, même étant amenée à être instituée et pratiquée par de nombreux individus en régime numérique, ne s'affirmait en rien comme une négation de formes festivalières préexistantes. Elle semble se poser, pour nos interrogés, comme une forme à part entière destinée à coexister avec les formes festivalière dites « traditionnelles », voire à en constituer des extensions pour des spectateurs ne pouvant s'y rendre physiquement et ainsi en faire l'expérience incarnée effective.

Il convient également de revenir brièvement sur ce volet cannois de l'enquête afin d'évoquer un entretien « annexe », non encore analysé jusque-là, réalisé en 2011 auprès de David, chef de projet travaillant au Marché du Film pour la plateforme numérique *Cinando*. David, ayant travaillé sur la conceptualisation d'une approche dématérialisée des contenus promotionnels et filmiques, y définit l'entité festivalière par contradiction avec le rôle premier de *Cinando*. En effet, la plateforme étant un simple outil destiné à faciliter et optimiser les interactions professionnelles, elle ne porte aucun *regard* sur les œuvres dont elle se fait le support. L'outil numérique reste avant tout un outil, servant à diffuser des dynamiques sans pour autant être à l'origine de leur création. L'entité festivalière sera au contraire, à travers la sélection y étant faite, porteuse d'un tel regard. David la définit ainsi comme le fait de « trouver la perle rare et de la mettre en avant ».

Cet entretien pose des pistes pertinentes pour appréhender le concept de festival *online* auprès des spectateurs interrogés à Kinotayo. En effet, il situe l'existence de l'entité festivalière dans une dimension autre que celle de sa stricte homogénéité spatiale. La substance de l'expérience festivalière dépasse-t-elle la dimension d'incarnation spectatorielle en se déployant tant dans son *regard* sur les œuvres que, comme nous l'avons vu plus haut, sa temporalité ?

Les spectateurs de Kinotayo constituant notre échantillon se sont avérés, dans leur ensemble, sceptiques concernant la notion du festival *online*. Sur les 25 individus de notre échantillon répartis sur les éditions 2009 et 2010, seuls trois individus ont déclaré

penser qu'une forme festivalière *online* serait non seulement viable, mais pourrait même remplacer les formes festivalières dites « traditionnelles ». Nous ne nous trouvons donc pas ici dans une perspective d'extension, mais bien de substitut, où les individus situent la forme festivalière au-delà de sa dimension collective. Sur ces trois individus tenant des discours très proches, un était interrogé en 2009 (Remy, ingénieur de 32 ans rencontré à Montpellier) et deux autres en 2010 (Agnès, étudiante de 27 ans rencontrée à la Maison de la Culture du Japon à Paris et Céline, étudiante de 22 ans rencontrée dans la salle *Le France* à Saint Etienne). La seule constante que l'on pourrait être amené à discerner ici semble être celle de l'âge, les trois individus pouvant être considérés comme « jeunes » : toutefois, cette observation ne pouvant en aucun cas avoir valeur de représentativité statistique, nous ne la traiterons pas comme éléments interprétatif. Le cas de Remy nous intéressera particulièrement ici, dans la mesure où il établit un lien symbolique fort entre la problématique du festival *online* et l'expérience des dispositifs du festival de Kinotayo :

« Sincèrement oui, ça me paraît possible. Enfin on le voit déjà avec Kinotayo, non ? C'est un festival, et pourtant on est pas tous rassemblés. Chacun fait en gros son propre truc dans son coin. Chacun va chercher son info sur Internet, il y a des salles un peu partout, pas vraiment de sentiment d'être tous ensemble dans un lieu clos à un moment précis. Je veux dire, c'est cool hein, c'est une super initiative. Mais si ça c'est un festival, alors oui, le festival *online* ça me paraît réaliste, et même inévitable. Personnellement je n'ai aucune obsession particulière à m'entasser avec je sais pas combien de gens pour voir un film ou apercevoir une star de loin (rires). Un truc complètement online, ça me convient. Pour peu qu'on ait une installation un peu correcte, ça fonctionne, et ça empêche pas de voir le truc à plusieurs. La seule différence, c'est qu'on peut dire aux gens de se taire sans avoir à se battre avec eux (rires). »

(Remy, 32 ans, ingénieur – Salle *Le Royal*, Montpellier – 2009)

On peut ici voir que Remy n'associe pas le seul espace festivalier à l'expérience festivalière : il évoque la reconstruction du collectif festivalier par les individus eux-mêmes dans leurs propres espaces. La *valeur ajoutée* de l'entité festivalière ne se situe

donc pas dans une dimension spatiale fixe : Remy semble, par défaut, privilégier avant tout la sélection des œuvres et la temporalité comme conditionnant l'expérience festivalière.

Sur les 22 autres individus interrogés ne concevant donc pas à la notion de festival *online* comme une forme festivalière isolément viable, les représentations se divisent en deux pôles principaux. Sur ces 22 spectateurs, 15 d'entre eux conçoivent ainsi l'idée d'un festival *online* uniquement comme une extension potentielle à des formes festivalières « traditionnelles » déjà existantes, tandis que les sept autres individus réfutent l'idée du festival *online* jusque dans sa propre terminologie. Il s'agit, pour ces derniers, d'une forme différente ne relevant pas de la forme festivalière. Dans tous les cas, le festival *online* ne relève donc pas, pour la majorité de notre échantillon, d'une forme festivalière à part entière.

Parmi les 15 individus constituant le premier groupe d'interrogés, deux entretiens nous semblent particulièrement illustrer cette idée d'un festival online comme stricte extension et non une forme autonome. Ainsi, Marie, attachée de presse de 29 ans rencontrée en 2010 dans la salle parisienne *Le Denfer*, évoque les perspectives que peut revêtir, selon elle, une forme festivalière uniquement numérique :

« Un truc *online* ça peut fonctionner oui, mais pas en remplaçant les festivals tels qu'on les connaît. Ca peut être super utile pour diffuser les films de manière super large, mais il manque forcément un truc, quoi. On peut pas être dans son coin chez soi derrière son ordi et dire qu'on est en train de faire un festival, ça me paraît juste aberrant. Un festival c'est tellement plus que ça, il y a tout un truc qui se déroule sur place, qu'on peut pas reproduire ailleurs. Après pour moi le festival *online* je veux bien, mais parallèlement à un festival *normal* (NdA : l'interrogée mime des guillemets). Ca peut permettre au festival d'aller plus loin, même pour les gens qui n'ont pas pu venir, mais ça ne peut pas le remplacer. Les gens voudront toujours plus. »

(Marie, 29 ans, attachée de presse – Salle *Le Denfer*, Paris – 2010)

Nous pouvons voir ici que Marie formalise explicitement l'idée du festival online uniquement comme extension aux formes festivières dites « traditionnelles ». Vincent, comptable de 45 ans rencontré en 2009 dans l'espace parisien du Grand Palais, nous offre quant à lui une vision complémentaire de cette problématique :

« Oui non, ça me paraît un peu irréaliste. Un festival numérique ok, mais pas que. Enfin je veux dire, le plaisir d'être sur place, il passe où ? Il y a un truc que les gens peuvent pas reproduire derrière un ordinateur. Personnellement, je ne pourrais pas, il y a quelque chose de fondamental qui manquerait. Déjà là, avec Kinotayo, c'est limite, il y a des moments où j'ai pas vraiment l'impression d'être dans un festival... Alors le truc tout numérique, c'est encore pire, forcément. Mais attention je suis pas juste en rejet hein, ça peut être un outil utile pour aider à la diffusion des festivals. (pause) C'est juste que le truc numérique c'est pas un festival à lui tout seul, c'est juste une partie d'un festival où il est aussi possible de vivre le truc directement, tous ensemble. »

(Vincent, 45 ans, comptable – Grand Palais, Paris – 2009)

Comme Marie, Vincent conçoit le festival *online* non comme une forme autonome mais comme un outil pouvant s'ajouter à une forme préexistante. Dans la lignée de ces deux interrogés, les treize autres spectateurs constituant le premier « pôle » des individus réfutant l'idée du festival *online* comme forme festivière autonome ne vont toutefois pas jusqu'à réfuter la terminologie festivière elle-même à une forme intégralement numérique. C'est le cas, en revanche, des sept individus constituant le deuxième « pôle », comme l'illustre le cas de Benjamin, designer automobile de 37 ans rencontré en 2010 à la Maison de la Culture du Japon :

« Je sais pas, j'ai un peu de mal avec l'idée... Je suis pas contre bien sûr, ça peut être super intéressant, mais c'est juste pas la même chose qu'un festival pour moi. C'est juste autre chose. Un festival, c'est pas chacun de son côté en voyant des films dans son coin, malgré toutes les possibilités de communication qu'on trouve sur Internet. Là le truc tout en numérique, je dis

pas que je suis contre, c'est juste qu'on parle plus de la même chose. Faudrait changer le nom, parce que festival *online*, pour moi, ça veut rien dire. »

(Benjamin, 37 ans, designer automobile – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

On peut donc voir que, contrairement aux trois individus mentionné plus haut dans cette partie, la majorité de notre échantillon reste ancrée dans des représentations festivières « traditionnelles », situant l'homogénéité de l'espace collectif d'expérience comme fondamental à toute entité festivière. Le festival *online* devient alors soit une extension diffusionnelle possible, soit une entité n'ayant plus aucun lien, dans l'imaginaire spectatorielle, avec la forme festivière. Il est à noter qu'un travail comparatif sur les deux éditions du festival n'a pas permis d'exploiter la variable temporelle de quelque manière que ce soit. Les diverses évolutions constatées ne semblent pas obéir à des dynamiques pouvant être interprétées comme des constantes spécifiques, principalement en raison du fait qu'en dehors de deux spectateurs, tous les autres individus de notre échantillon étaient spécifiques à l'une ou l'autre des éditions du festival sur lesquelles nous avons été présent. Les échantillons changeant dans leur composition et ne pouvant être considérés comme sociologiquement représentatifs de l'ensemble des spectateurs du festival, nous n'avons donc pas pu analyser les résultats à l'aune de la variable temporelle.

La problématique du festival *online* et la manière dont elle s'avère perçue par les individus, qu'ils soient dans le cadre de cette recherche festivières dits « classiques » ou bien professionnels de l'industrie cinématographique, conduit l'analyste à se poser, *in fine*, la question de la *nature* de la forme festivière. En défaisant l'entité festivière de l'une de ses caractéristiques principales, à savoir l'incarnation collective et homogène, qu'en reste-t-il au niveau des représentations des individus ? La nature de la forme « festival » dépasse-t-elle cette stricte dimension que nous avons qualifiée de « traditionnelle » ? Si l'on a pu discerner des cas où le sentiment d'appartenance festivière dépasse une stricte dimension spatiale homogène fixée institutionnellement, les résultats obtenus ici dessinent des dynamiques multiples et mouvantes. Comme nous l'avons vu, les représentations des spectateurs interrogées, s'ancrant majoritairement dans une perspective festivière « traditionnelle » semblent entrer en friction avec les

représentations festivières évolutives en régime numérique. La temporalité de cette recherche n'a pas été assez étendue pour déterminer s'il s'agit là d'une dynamique amenée à évoluer ou bien de représentations structurelles, nous ne pouvons déterminer si la terminologie festivière est amenée à évoluer dans ses significations ou si le festival *online* relève, dans l'imaginaire collectif, d'un autre type d'entité ne pouvant être rattachée à la forme festivière. Il s'agit là de toute la difficulté marquant l'interrogation des pratiques socioculturelle en régime numérique au moment de cette recherche, le manque de recul temporel par rapport à la diffusion des technologies numériques conduisant nécessairement à une prudence scientifique exacerbée. Il conviendra donc de réexaminer les résultats ici obtenus à l'aune d'une recherche ultérieure.

L'incarnation de l'expérience spectatorielle : aspects irréductibles

Introduit en 1893 par Emile Durkheim dans son ouvrage « De la division du travail social », l'*anomie* est un terme désignant sociologiquement le phénomène de désintégration des normes sociales régissant les comportements des individus dans un système spécifique. Les comportements individuels de réappropriation de la temporalité et de l'espace festivières, tels que nous les avons vu notamment dans notre volet cannois de l'enquête, peuvent correspondre à des anomies dans le système socialement normé que constitue la forme festivière dans sa conception dite « traditionnelle ». Cette dernière étant un système obéissant à des codes sociaux stricts relevant, dans une certaine mesure, d'une dimension de ritualité, les dimensions d'individualisation permises par les usages des outils numériques peuvent ainsi correspondre à un dérèglement des normes festivières collectives. C'est la raison pour laquelle nous avons été amené, dans le cadre de cette recherche, à interroger l'évolution des imaginaires festivières et des terminologies les traversant. Si la manifestation « traditionnelle » de la forme festivière se trouve déplacée et déconstruite par l'évolution des pratiques individuelles en régime numérique, le nombre croissant d'anomies conduit nécessairement à déplacer également les représentations festivières constituant les imaginaires des individus. L'anomie festivière n'est alors plus considérée dans sa stricte dimension durkheimienne de *désordre* des normes

festivales collectives, mais au contraire, dans la lignée de Jean Duvignaud³⁴, dans sa dimension d'impact social permettant l'évolution d'un système.

Comme nous l'avons vu, il n'est au moment de cette recherche pas possible d'observer, auprès de nos échantillons, des déplacements symboliques statistiquement notables concernant les perceptions de la forme festivalière, restant dans leur grande majorité ancrées dans des imaginaires « traditionnels ». Si des évolutions et perspectives d'évolutions sont notables dans les pratiques et représentations des spectateurs observés, une enquête établie dans une temporalité plus longue sera nécessaire pour en identifier la nature et la portée. Toutefois, si nous nous trouvons à ce stade de notre recherche face à une limite concernant l'interrogation scientifique des anomalies conduisant à un phénomène de « déconstruction » festivalière, nous pouvons en revanche inverser notre approche afin d'appréhender indirectement cette même problématique. Il s'agira en effet d'interroger dans quelle mesure certaines zones d'expérience festivalière se trouvent sujettes non à des phénomènes d'anomie mais, au contraire, à une dimension d'*irréductibilité*. Si nous pouvons observer mais non mesurer précisément auprès de spectateurs les représentations évolutives de la forme festivalière en régime numérique, peut-être pouvons nous appréhender cette problématique à travers le cas des représentations festivalières s'avérant, auprès de nos interrogés, *immuables*. Il s'agit donc d'identifier les zones « d'immobilité » des représentations spectatorielles afin de se trouver en mesure d'identifier avec plus de précision celles où les évolutions effectives et symboliques se déploient. Nous serons alors mieux à même de cerner ce qui constitue, en régime numérique, la nature de l'entité festivalière.

L'enquête cannoise nous a permis de voir en quoi l'entité festivalière se trouve, en régime numérique, dilatée en étant traversée par l'expression croissante des temporalités individuelles et l'accès à de multiples types d'espaces numériques, d'une complexité et d'un volume inédits. Si l'espace-temps festivalier se trouve pour une part désincarné, il convient d'observer comment le mouvement inverse, à savoir la *(ré)incarnation* renouvelée de l'expérience, se structure. Nous avons pu, jusque-là dans

³⁴ Voir « Anomie et mutation sociale », in BALANDIER Georges (dir.), *Sociologie des mutations*, Anthropos, 1970

cette recherche, mentionner à plusieurs reprises ce que nous avons qualifié de « part irréductible d'incarnation de l'expérience spectatorielle », notamment – et de manière indirecte – à travers le cas des professionnels du Marché du Film de Cannes, ces derniers évoquant la notion du *handshake*. Cette idée d'une part irréductible d'incarnation a aussi traversé implicitement de nombreux résultats analysés jusqu'ici, notamment dans le cas des représentations festivières interrogées dans les deux parties précédentes, d'où il ressortait qu'une majorité de nos interrogés reste ancrée dans une vision collectivement incarnée de l'expérience festivière.

Il convient donc ici d'interroger spécifiquement sur cette thématique. Nous sommes ici partis de l'hypothèse que les imaginaires médiatiques et individuels accompagnant la diffusion des technologies numériques semblent souvent se structurer autour de l'idée d'une dématérialisation. C'est par rapport à ce postulat de départ que nous nous sommes demandé comment les individus conceptualisent les frontières de cette symbolique du « tout dématérialisé ». Jusqu'à quel niveau de dématérialisation de l'expérience les individus continuent-ils à estimer qu'ils s'inscrivent dans une entité festivière ? Quelle part d'*incarnation* de leur expérience sont-ils amenés à ne pas vouloir réduire ? Il s'agit donc de se demander où se trouvent, dans le contexte du régime numérique, les frontières de l'*incarnation de l'expérience collective*, à la fois festivière et cinématographique.

Les parties précédentes nous ont permis d'observer que la grande majorité de nos interrogés (22 sur 25) reste avant tout attachée à une vision *incarnée* de l'expérience festivière. Comment cet aspect réflexif sur cet aspect de leur expérience de spectateurs se déploie-t-il dans leurs réponses ? Arnaud, commercial de 43 ans rencontré en 2009 dans l'espace parisien du Grand Palais, évoque cet attachement à une forme festivière incarnée, sans toutefois parvenir à le rationaliser suffisamment à son goût :

« Ben c'est sûr que si tout était sur Internet, ça serait pas pareil... (pause) Je veux bien qu'il y ait certains trucs sur Internet, c'est inévitable, quasiment tout se joue sur Internet maintenant. Mais, je sais pas, peut être que ça rend ce qui n'est pas sur Internet encore plus précieux. C'est difficile à expliquer. Il y a des choses qui sont vouées à être d'une certaine manière, et ce n'est pas

une question d'être bloqué ou quoi. Euh... Je pourrais pas être juste sur Internet et ressentir vraiment quelque chose. Les festivals évoluent forcément avec Internet, c'est comme tout, mais à un moment ou à un autre, il FAUT (NdA : l'interrogé élève la voix) que les gens se retrouvent. Comment on peut vivre un truc spécial sinon ? C'est ça en fait, le sentiment qu'on vit un truc spécial. Je veux bien voir des films sur mon écran d'ordinateur, mais il faut que le festival organise un évènement plus gros encore, un truc qui fait qu'on est pas juste en train de voir un film en plus. On ne va pas avoir de souvenirs de soi regardant un film devant son écran. Les souvenirs, ils se construisent pas comme ça. Il faut quelque chose de mémorable. Quelque chose avec les autres spectateurs, un truc vécu collectivement. »

(Arnaud, 43 ans, commercial – Grand Palais, Paris – 2009)

La part irréductible d'incarnation serait donc, dans ses manifestations, flexible. Elle ne correspond pas à une temporalité ou à un mode d'interaction inter-individuel spécifiques. Cette part d'incarnation dépendra avant tout, quelle que soit sa manifestation, du sentiment spectatorial dont elle va être vectrice : c'est son impact symbolique, beaucoup plus que son déploiement logistique, qui va revêtir une importance pour l'individu. On le constate dans ses propos, Arnaud n'est pas réfractaire à l'idée d'une forme festivalière *partiellement* numérique. Les pratiques numériques ne constituent alors en aucun cas un horizon globalisant ou un substitut à l'existant : elles sont une simple extension possible des pratiques festivalières incarnées. Quel que soit le nombre de films qu'il visionnera sur son écran, Arnaud attachera le sentiment d'appartenance à l'entité festivalière au sentiment d'avoir expérimenté quelque chose de *spécial* en compagnie des autres spectateurs. On le voit, ce que nous avons appelé la part irréductible d'incarnation peut, en terme de proportion, être temporellement très réduit dans l'expérience globale que le spectateur fera du festival. Toutefois, il s'avère que, sous cette perspective, elle demeure indispensable. La hiérarchie créée entre la part *incarnée* et la part numérique de l'expérience festivalière des individus n'est donc pas basée sur le volume des pratiques que ces parts recourent. Elle est avant tout basée sur la symbolique attribuée à chacune de ces parts. La réponse d'Arnaud nous montre un imaginaire festivalier continuant à établir les pratiques incarnées comme symboliquement supérieures aux formes de visionnage *online* et ce, quel que soit leur

volume. Les pratiques de visionnage *online* peuvent ainsi être dans le cadre d'un festival numériquement supérieures aux pratiques collectivement incarnées et ne pas empêcher ces dernières, par leur impact symbolique supérieur, de sembler plus *légitimes* dans le regard porté par les spectateurs sur la manifestation.

Cet impact symbolique de la part irréductible d'incarnation de l'expérience se retrouve, avec plus ou moins de pertinence réflexive, dans les propos des 22 individus mentionnés plus haut. Arnaud faisait partie des deux interrogés ayant le plus entrepris, dans sa réponse, de formaliser cet aspect d'incarnation. L'autre interrogé s'étant particulièrement prononcé sur cette thématique était Jean-Yves, le laborantin de 29 ans rencontré en 2010 à la Maison de la Culture du Japon :

« C'est comme je disais un peu avant. Il y a des choses qui, quelque part ne peuvent pas changer entièrement, sinon on change complètement de registre. Et ça n'est plus un festival. Je peux concevoir de faire pas mal de trucs sur Internet , mais au final, j'attends de me retrouver au milieu des gens. L'activité, les discussions, le partage du film, ça paraît et vieux jeu, mais bon... C'est vrai. C'est super important. Je peux faire plein de trucs sur Internet concernant le festival, mais au final je veux vivre ça avec les gens, dans un lieu commun, même pour un petit moment. Quelque chose qui montre qu'on est vraiment là, avec les autres gens qui sont là. Pour moi c'est ça le festival. Tout n'est pas obligé d'être comme ça, comme je l'ai dit ça évolue et le numérique c'est pas forcément négatif. Mais il y a une partie au moins qui doit rester comme ça. Je le vois pas autrement. »

(Jean-Yves, 29 ans, laborantin – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

Jean-Yves s'inscrit donc dans un imaginaire d'incarnation spectatorielle très similaire à celui d'Arnaud et faisant écho aux diverses réponses des 22 interrogés de notre échantillon réfutant l'idée d'une numérisation « totale » de l'expérience festivalière. On retrouve dans les propos de Jean-Yves l'idée d'un impact plus symbolique qu'effectif de la notion d'incarnation de l'expérience, dans la mesure où il établit que la nécessité de cette incarnation ne réside pas dans son volume – qui la rendrait exclusive en la posant en contradiction avec les modes numériques individualisés d'expérience – mais au

contraire dans son existence même et la valeur symbolique qu'elle va revêtir dans la manifestation. Le numérique est à nouveau conceptualisé comme possible extension du mode d'expérience festivalière perçu comme le plus *légitime*.

Au-delà de la stricte dimension festivalière et cinématographique ayant trait à notre recherche, il convient de se demander également comment l'idée d'une part irréductible d'incarnation de l'expérience se traduit, au sens large, socialement et culturellement. Il ne s'agit pas là d'une dimension ayant été spécifiquement interrogée à travers nos grilles d'entretiens, dans la mesure où elle déborde le cadre spécifique de notre recherche. Toutefois, plusieurs interrogés ont spontanément évoqué cet aspect, en tant qu'extension de leurs réponses spécifiques à leur expérience festivalière. Ainsi, Edwige, journaliste de 38 ans rencontrée en 2010 dans la salle de cinéma *Le Méliès* située à Saint Etienne, parle de l'impact de l'incarnation de toute démarche communicationnelle par comparaison aux modes numériques d'expression :

« C'est comme tout. Les grandes avancées sociales ne se sont pas faites avec des gens qui restaient chez eux. Ils descendaient dans la rue. Je sais bien qu'on peut communiquer et faire circuler des idées sur Internet, ça ouvre même beaucoup de nouvelles possibilités, mais au bout d'un moment, la présence physique, c'est irremplaçable à un certain niveau. On le voit sur les forums de discussion, par exemple. Que ce soient des forums de discussion sur le cinoche ou autre, hein. Ca m'a énervée à la longue, j'essaie de ne plus trop y aller. Il y a plein de mecs qui s'engueulent pour n'importe quoi, qui jouent les gros durs, et si tu les mets face à face dans la réalité, ils se dégonflent ou se rendent compte qu'ils n'avaient aucune raison de s'engueuler. La communication en vrai et sur Internet, c'est différent. Je dis pas que l'une est meilleure que l'autre, c'est pas la question, c'est pas l'une ou l'autre. Chacune a ses avantages et ouvre des possibilités qui sont particulières. Mais c'est juste différent. »

(Edwige, 38 ans, journaliste – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Edwige met ainsi en lumière l'incarnation spectatorielle dont il est ici question à l'aune d'une approche plus large des modes de communication en régime numérique. La part

irréductible de l'incarnation des individus est donc une réalité dépassant le simple cadre du terrain festivalier de notre recherche, se déployant dans l'existence socioculturelle des individus au sens large. Comme nous avons pu le voir dans l'entretien mené en 2010 avec Emilie des *Mini Screening Rooms* au Marché du Film de Cannes, la symbolique technologique joue un rôle notable dans le déploiement des échanges inter-individuels. Nous pouvons ici établir que cette symbolique joue ce rôle tant dans sa dimension positive que dans les formes irréductibles de refus pouvant lui être opposées. Nous avons commencé, dans cette partie ainsi que les précédentes, à approcher les dynamiques de resynchronisation de l'expérience festivalière en nous questionnant sur le statut des outils numériques, entre dynamiques d'extension et de substitut. Il est maintenant temps d'analyser en quoi ces outils conditionnent ou non ces dynamiques de resynchronisation de l'expérience.

4. Resynchroniser les rituels sociaux festivaliers : les technologies numériques comme créatrices de modalités renouvelées de l'être ensemble

Mettre en scène un rapport au numérique

Comme vu en introduction de cette recherche, le Festival de Kinotayo ne s'inscrit pas dans une logique de synchronisation *exacte*. Si la temporalité totale du festival est commune à tous les espaces du festival, chacun possède son propre rythme de programmation et donc de visionnage des films par les spectateurs.

La resynchronisation dont il est ici question revêt donc deux aspects. D'une part, dans la continuité du volet cannois de notre enquête, il s'agira de se demander en quoi les individus *resynchronisent* leur expérience festivalière dans une dimension collective, considérant les appropriations temporelles et spatiales leur étant accessibles en régime

numérique. D'autre part, nous nous interrogerons sur les phénomènes de resynchronisation propres au Festival de Kinotayo et aux « rythmes » différents de ses multiples espaces. Peut-on déceler une expérience collective transcendant la ponctualité de chaque espace de la manifestation ? Il s'agira donc de partir du cas spécifique du Festival de Kinotayo afin d'appréhender une réalité festivalière plus large, fortement tributaire des évolutions numériques des pratiques et représentations des individus.

Nous commencerons par appréhender ici la question de la *symbolique* créée par le Festival de Kinotayo. Disperser matériellement une entité festivalière, traditionnellement conçue comme homogène, peut conduire à un effacement du sentiment d'appartenance des individus : il est donc nécessaire, pour une manifestation comme celle de Kinotayo, d'éviter cet écueil en mettant en œuvre des ressources symboliques fortes, assurant ainsi une continuité et un lien fort entre ses espaces et les expériences de ses différents spectateurs.

Comment le Festival de Kinotayo met-il donc en œuvre la symbolique de son rapport aux outils numériques ainsi qu'une identité forte pouvant transcender l'éloignement de ses espaces ? La réception faite par les spectateurs de cette symbolique s'avère primordiale pour assurer la continuité de la manifestation. Cette problématique est d'autant plus délicate à appréhender qu'il est difficile, comme nous avons pu le voir précédemment, d'appréhender les représentations spectatorielles concernant les technologies numériques, dans la mesure où ces dernières sont, par leur relative nouveauté dans l'environnement socioculturel, génératrices de confusion et conduisent les individus à souvent se contredire dans une même discussion. L'entretien réalisé en 2011 au Marché du Film de Cannes avec David, chef de projet pour la plateforme numérique *Cinando*, illustre précisément ce type de confusion pouvant être rencontré dans les entretiens menés :

« Les gens aiment toujours venir en salle de projection. C'est vrai que c'est un support complémentaire. S'ils ont un besoin d'avoir... de revoir le film dans un autre environnement ou si, justement, un utilisateur de *Cinando* n'a pas pu venir à Cannes... Là on a l'exemple de *Doken Films* qui nous a dit « j'ai un acheteur américain qui n'a pas pu se déplacer à Cannes, il veut voir mon

film ». Donc le film se retrouve téléchargeable sur la *Online Screening Room* pour pouvoir le diffuser le soir même à cette personne. Donc c'est un moyen supplémentaire. C'est une aide. Mais la salle de cinéma a encore quelques bonnes années devant elle. Les gens souhaitent venir et avoir l'exclusivité. Avoir le contact avec le distributeur ou le *sales agent* pour pouvoir faire l'acquisition des droits qu'ils souhaitent. »

(David, chef de projet pour la plateforme numérique *Cinando* – Marché du Film, Cannes – 2011)

On peut constater qu'au sein de cette même réponse, deux éléments se contredisent. David commence par décrire la plateforme *Cinando* comme « support complémentaire » de la pratique dite « classique » de la salle de cinéma, décrivant ainsi les outils numériques au sens large comme des *extensions* des pratiques préexistantes et non des substituts. Pourtant, il déclare quelques instants plus tard que « la salle de cinéma a encore quelques bonnes années devant elle », déclarant ainsi implicitement qu'elle constitue un support destiné à devenir marginal, voire à disparaître face aux pratiques numériques. Les technologies numériques revêtent alors, sous cette perspective, un statut non plus d'extension mais de substitut.

Nous pouvons également mentionner, à titre d'exemple, une scène du film « Kurosawa, la voie », réalisé par Catherine Cadou et présenté dans la programmation *Cannes Classics* de l'édition 2011 du Festival de Cannes, montrant le réalisateur Bernardo Bertolucci évoquant la carrière du cinéaste japonais Akira Kurosawa. Il déclarait ainsi : « si Kurosawa était vivant aujourd'hui, il continuerait à être innovant. Il ferait un film en 3D ». Il s'agit là d'un nouveau cas de confusion pouvant marquer les représentations des individus concernant la diffusion et les usages des technologies numériques. La technologie du relief stéréoscopique est ici associée à une vision positiviste du concept d'innovation qui, nous l'avons vu en partie de contextualisation, ne peut être réduit à cette simple dimension. Nous avons pu observer, face à la diffusion de cette scène, plusieurs spectateurs s'esclaffer dans la salle Bunuel. Une dimension réflexive pouvait donc être notée, chez ces individus, par rapport à l'expression simpliste de discours de la « révolution numérique ».

Comment le Festival de Kinotayo entreprend-t-il donc de dépasser, à travers ses ressources symboliques, cet obstacle propre aux imaginaires en régime numérique ? La terminologie employée par la manifestation constitue le premier repère symbolique permettant de construire à la fois l'implication des spectateurs et l'identité institutionnelle du festival. Le festival de Kinotayo, nommé avant son édition 2011 « Festival du film japonais contemporain à l'ère du numérique », est ainsi devenu, lors de l'édition en question, « Festival du cinéma japonais contemporain de Paris ». Symboliquement, le festival a donc opéré un glissement en ancrant désormais officiellement sa base institutionnelle à Paris. Il semble donc que l'on peut ici identifier une *limite* à la dispersion des espaces festivaliers de diffusion. Ce constat fait écho à l'un des traits les plus frappants du *multiculturalisme*, oscillant entre une promotion de la multiplicité tout en s'efforçant d'assurer le maintien de certains repères centraux forts et immuables afin de limiter les risques d'un délitement social. La logique de dispersion géographique permise par les outils numériques et telle qu'illustrée par le Festival de Kinotayo semble donc illustrer cette même tension. La manifestation étant institutionnellement « jeune » et en pleine expansion, il s'avère nécessaire pour elle d'accompagner sa démarche de dispersion d'un mouvement à la fois inverse et complémentaire de regroupement symbolique, transcendant l'éloignement des espaces et offrant aux spectateurs la possibilité d'identifier facilement les repères offerts par le festival.

Il s'agit donc pour Kinotayo, dans le déploiement de ses dispositifs et de sa symbolique, d'éviter ce qui a été décrit par 22 interrogés de notre échantillon comme une désincarnation totale de l'expérience collective. Plus encore que la part irréductible d'incarnation de l'expérience dont il était question dans la partie précédente, c'est la *conscience* de l'existence de cette part qui s'avère primordiale dans la construction du sentiment d'appartenance par les spectateurs, comme le montrent les propos de Charlotte, caissière en grande surface de 36 ans, rencontrée en 2010 dans la salle *Le Méliès* à Saint Etienne :

« Oui, c'est un peu bizarre cette situation, là c'est un peu comme aller voir un film normal. Je me suis pas plus renseigné que ça, mais j'ai cru comprendre que ça se passe surtout à Paris, non ? Ils doivent faire des événements

spéciaux là-bas. C'est sûr que là j'ai pas trop l'impression d'être dans le festival, mais c'est mieux que rien pour avoir accès aux films. Après, si on veut vraiment aller au festival, j'imagine qu'il faut aller à Paris. Là, les salles en province, ça me semble être un bon compromis. On peut pas forcément aller voir les événements spéciaux, mais on peut voir la partie juste cinéma du festival, et pas juste seul chez soi, là on le voit avec d'autres gens que ça intéresse aussi. C'est une bonne idée je trouve. »

(Charlotte, 36 ans, caissière en grande surface – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Charlotte établit donc une hiérarchie forte entre les espaces du festival en conceptualisant la manifestation en *deux niveaux*. Un niveau festivalier *complet*, spécifiquement situé à Paris, et un niveau festivalier *partiel*, relayé par les différents espaces que nous avons qualifié de « relais ». Schématiquement, nous avons donc affaire à un cœur de la manifestation géographiquement centralisé et à des excroissances dispersées en permettant une expérience « diminuée ». Ce dernier type d'expérience est qualifié par Charlotte de cinématographique et non de festivalier. L'interrogée estime donc, malgré sa présence dans l'un des espaces rattachés à la manifestation, qu'elle n'est pas présente *dans* le festival. Charlotte, bien qu'absente physiquement du niveau festivalier *complet*, ne réfute pourtant pas le statut d'entité festivalière à Kinotayo. Si elle ne peut *s'incarner* directement dans ce qui est considéré par elle comme le véritable espace de l'expérience et de l'identité du festival, elle témoigne en revanche d'une réflexivité par rapport aux différents niveaux de cette expérience et au déploiement symbolique de Kinotayo. Comme nous l'avons postulé précédemment, la part irréductible d'incarnation de l'expérience, avant d'être effective, existe avant tout comme *potentialité*. La reconnaissance de cette dernière en tant que potentialité semble être une condition nécessaire, pour les interrogés de notre échantillon ne considérant pas la forme festivalière entièrement dématérialisée comme viable, à la reconnaissance de l'entité festivalière en tant que telle.

Les résultats obtenus ici tempèrent donc l'idée d'un festival géographiquement dispersé de manière « égale », où les espaces présenteraient chacun un impact symbolique équivalent. Une hiérarchie demeure, s'avérant très conforme aux formes festivalières

dites « traditionnelles », en étant centralisée de manière spécifique. Les interrogés réfutant la viabilité d'une forme festivalière à la dispersion géographique *totale* – donc exclusivement *online* – et faisant l'expérience d'un espace-relais de Kinotayo s'avèrent donc également mettre en question, d'une même manière, la dynamique festivalière de dispersion géographique *partielle*. Quel que soit le type de dispersion considéré, il reste avant tout une *extension* : comme nous l'avons vu dans les propos de Charlotte, il existe d'une part le Festival de Kinotayo et d'autre part ses extensions géographiques. Les résultats ici analysés nous montrent encore une fois qu'une majorité des représentations recueillies continuent à s'ancrer dans une vision classique de l'entité festivalière, dont l'espace-temps doit être avant tout incarné et homogène.

Une hiérarchie symbolique demeure donc, régissant les dispositifs du Festival de Kinotayo. Nous avons ainsi pu voir à quelques reprises, dans les entretiens cités, que les différents types d'espace constituant Kinotayo sont perçus de manières diverses par les spectateurs. Les salles de cinéma, si elles revêtent une symbolique cinématographique plus forte, revêtent en revanche une symbolique festivalière moindre que celle des espaces que nous avons qualifiés de « transversaux ». Il est à noter qu'en 2011, la Maison de la Culture du Japon s'est vue désormais qualifiée, sur le site web de Kinotayo, de « salle pivot » de la manifestation. Cette idée d'un *centre* effectif et symbolique de la manifestation ne fait que confirmer la hiérarchie ici interrogée ainsi que le statut de *relais* de nombreux autres espaces.

Une activité d'observation sur les différents espaces-relais parcourus en 2009 et 2010 – à Montpellier et Saint Etienne – nous a permis de nous questionner sur les ressources symboliques y étant spécifiquement mises en œuvre. Nous n'avons pu relever que quelques affiches et un relai informatif dans les programmes des salles : en dehors de cette simple démarche de promotion, entreprise à un même niveau d'impact visuel que le reste de la programmation des salles, aucune mise en scène de codes visuels festivaliers n'a pu être relevée. Edwige, journaliste de 38 ans rencontrée en 2010 dans la salle *Le Méliès* située à Saint Etienne, revient sur ce qui est perçu comme un vide symbolique :

« Oui, c'est un peu déstabilisant. Je sais pas dans quelle mesure c'est une erreur de communication ou si c'est assumé par le festival, je sais pas. Je m'attendais à ce qu'il y ait un truc un peu spécial ici, pour l'occasion, mais il n'y a rien. Je demande pas un truc énorme hein, mais bon, si peu... Etrange, quoi. Ca facilite pas l'immersion, pour le coup j'ai VRAIMENT (NdA : l'interrogée hausse la voix) l'impression d'aller voir ce film comme j'irais voir n'importe quel autre. Si je n'avais pas entendu parler de Kinotayo sur Internet, je suis même pas sûre que j'aurais fait attention en venant le voir ici... Je l'aurais juste vu dans le programme. »

(Edwige, 38 ans, journaliste – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Le festival semble donc, par la gestion de ses différents espaces, entretenir la hiérarchie symbolique régissant ses dispositifs. Il aurait été possible d'émettre l'hypothèse d'un manque de moyens financiers si la manifestation n'avait pas, en 2011, opéré la démarche explicite de désigner son centre festivalier à la Maison de la Culture du Japon.

Des imaginaires festivaliers en mouvement ?

Le Festival de Kinotayo, par la gestion de ses ressources symboliques et de ses dispositifs, « contourne » donc les problématiques propres à une dispersion géographique hétérogène. En entretenant – pour une large part implicitement puis explicitement depuis 2011 – le mode d'organisation *centralisé* d'une forme festivalière traditionnelle, la manifestation entreprend une synchronisation des imaginaires des spectateurs, articulés autour d'une manifestation géographiquement dispersée mais pourtant symboliquement homogène. Kinotayo emprunte donc, dans la constitution de son identité institutionnelle, à deux régimes symboliques distincts et a priori opposés : d'une part celui de la dispersion géographique novatrice permise par l'usage des technologies numériques, d'autre part celui d'une centralisation du festival hiérarchisant ses espaces de manière stricte.

Nous avons pu voir que les imaginaires festivaliers des individus constituant notre échantillon restent, dans leur majorité, ancrés dans une appréhension « traditionnelle » de la forme festivalière, conçue comme spatialement homogène et incarnée. Comment alors s'effectue l'appréhension des individus de l'entité constituée par le Festival de Kinotayo, dans la mesure où elle puise dans deux régimes symboliques différents ? La question des imaginaires des individus et des modalités de leur déploiement reste complexe, d'autant plus à travers le prisme des enjeux du régime numérique. Se demander si les dispositifs et ressources de Kinotayo conditionnent les imaginaires des individus le parcourant ou si au contraire ces imaginaires individuels conditionnent l'évolution et le déploiement de l'entité du festival serait simpliste. L'impact est à double sens, chacun de ces deux pôles nourrit l'autre. Il convient donc de s'interroger, plus que sur la nature ponctuelle des imaginaires festivaliers des individus de notre échantillon telle que nous avons pu l'observer jusqu'ici, sur les interactions symboliques – tant au niveau de leurs complémentarités que de leurs tensions – pouvant exister entre les imaginaires des individus et les ressources symboliques mises en œuvre par la forme festivalière, exerçant les uns sur les autres une influence certaine.

La plupart des spectateurs de notre échantillon s'avèrent déroutés par l'espace-temps de Kinotayo à divers degrés. Si certains identifient la hiérarchie symbolique régissant les divers espaces de la manifestation et contextualisent ainsi leur expérience de spectateurs en fonction de l'espace où cette dernière se déploie, d'autres font abstraction de cette hiérarchie en remettant en question jusqu'à la nature festivalière de Kinotayo. Nous le voyons, des imaginaires festivaliers partagés se déploient de manière spécifique chez chaque individu. Comme nous l'avons établi précédemment dans cette recherche concernant la difficulté d'interroger les pratiques en régime numérique avec un recul temporel réduit, il est délicat d'identifier en quoi les imaginaires ici interrogés dans le cadre de Kinotayo sont structurels ou amenés à évoluer avec la manifestation. Nous avons pu toutefois, à ce stade, engager les individus de notre échantillon à s'interroger sur l'impact des ressources symboliques déployées par le Festival de Kinotayo sur leurs représentations festivalières.

Clara, étudiante de 25 ans rencontrée en 2009 à la Maison de la Culture du Japon, évoque ainsi sa manière de percevoir la symbolique construite par la manifestation :

« Au début c'est un peu difficile à saisir. On sait pas trop ce qu'ils essaient de faire, si c'est vraiment un festival ou s'ils jouent sur le mot, c'est flou. En même temps, avec le numérique, beaucoup de choses sont en train de changer, celle-là en fait peut être partie. Je pense que beaucoup de gens doivent avoir du mal, un peu comme moi, parce que c'est déroutant. Après je sais pas trop à quoi ça tient, si les gens ont juste besoin de temps pour s'adapter ou si on a affaire à juste autre chose. Les gens sont très conservateurs par nature, on reste facilement bloqué sur ses acquis. Donc oui, si les festivals évoluent, c'est forcément difficile de faire évoluer les gens avec, chacun a sa propre idée de ce qu'est un festival. (pause) Donc ça prend du temps. Mais sincèrement, je pense que les gens vont évoluer, c'est juste que là, tout est récent, il faut un peu attendre de voir. Il y a certaines choses que je vois difficilement évoluer, par exemple le festival totalement *online* dont vous parliez, ça me semble un peu improbable, mais globalement il y a toute une partie du truc qui est flexible. Donc sans changer complètement, je crois que les gens vont un peu évoluer dans leurs conceptions, oui. »

(Clara, 25 ans, étudiante – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2009)

On le voit, Clara développe une réflexivité certaine par rapport à ses propres représentations festivières ainsi que par rapport à celles qu'elle semble percevoir chez d'autres spectateurs. Consciente du caractère « traditionnel » des représentations festivières évoquées, que ce soit par elle-même ou au sens large lorsqu'elle considère les comportements des individus en régime numérique, elle n'en exclut pourtant pas la perspective d'une évolution. Il convient de noter qu'elle évoque implicitement, à travers le refus d'une forme festivière exclusivement *online* – ne relevant alors plus selon elle d'une entité festivière – la part irréductible d'incarnation de l'expérience dont il a été question précédemment dans cette recherche. Clara différencie ainsi, dans la forme festivière conçue dans sa forme traditionnelle, une partie « flexible » amenée à évoluer et une partie qu'elle conçoit comme inamovible. L'entité festivière peut donc, selon notre interrogée, évoluer dans une certaine mesure et non dans sa totalité. Cette forme, appréhendée dans ses évolutions effectives et/ou potentielles, revêt donc un aspect multidimensionnel certain.

Nous pouvons donc noter ici que les représentations festivières « traditionnelles » observées chez la majorité des individus de notre échantillon ne s'avèrent pas nécessairement structurelles. A l'image de l'entretien réalisé avec Clara, une forte réflexivité a pu être relevée chez la plupart des spectateurs interrogés – qu'il pourrait s'avérer pertinent de mettre en corrélation avec les traits du régime méta-spectatoriel tels que nous les avons évoqués dans la partie cannoise de notre enquête. Nous avons donc affaire à une double dynamique : l'observation des représentations des individus à la fois dans leur effectivité mais également à travers leurs potentialités. Un type de réflexivité similaire à celui de Clara est également relevable, à titre d'exemple, chez Marie, attachée de presse de 29 ans rencontrée en 2010 dans la salle parisienne *Le Denfer*. Nous avons déjà pu voir, précédemment, que Marie considère la forme festivière exclusivement *online* non comme une forme festivière autonome viable, mais uniquement comme une extension possible à des formes festivières traditionnelles. Or, une fois interrogée sur la nature de ces représentations, notre interrogée entreprend de les reconsidérer en admettant la possibilité de leur évolution :

« Enfin bon, je dis ça maintenant, peut être que ça va finir par changer. C'est une période étrange. Et je dis pas ça forcément au mauvais sens du terme (sourire). Mais bon, les manières de voir les films, d'écouter de la musique, ça change tellement rapidement, ça peut sembler super cliché de le dire, mais c'est vrai. J'ai l'impression que pas mal de gens se rattachent instinctivement à ce qu'ils connaissent déjà, parce que c'est déstabilisant de voir que tout change tellement vite. Donc au final, on entend tout le temps parler du changement, de nouveaux trucs, de nouvelles manières de consommer, mais j'ai l'impressions que les gens restent assez conservateurs sur pas mal de points. Surtout comme une réaction instinctive. Après, c'est probablement pas définitif, j'ai plutôt l'impression que c'est une transition. Les gens ont besoin de temps pour intérioriser et décanter les choses, surtout quand le nombre de choses à intégrer en peu de temps est tellement énorme. (pause) Après c'est bizarre, depuis tout à l'heure je vous donne mon avis sur vos questions, et maintenant je vous dis que ça va sûrement changer (rires). Mais c'est vrai que c'est difficile d'y voir clair. Tout ne peut pas changer

radicalement, mais je sais pas trop de quelle manière ça va évoluer. Là, j'ai une certaine vision de la chose, mais j'attends de voir. »

(Marie, 29 ans, attachée de presse – Salle *Le Denfer*, Paris – 2010)

Comme Clara, Marie témoigne d'une forte réflexivité et différencie de manière précise, d'une part, la ponctualité des représentations des individus et, d'autre part, les potentialités évolutives de ces représentations. Il convient ici d'évoquer à nouveau la notion de « zone d'inertie » dans le processus de diffusion sociale des évolutions technologiques et culturelles, à travers le décalage observé entre la diffusion effective de ces évolutions et la temporalité de leur cristallisation dans les représentations et imaginaires des individus. Temporellement, aucune réelle évolution concernant cette expression de la réflexivité des interrogés n'a pu être relevée entre notre échantillon de 2009 et celui de 2010. La réflexivité ici considérée revêt des traits similaires et est retrouvée, dans chaque cas, chez la majorité des individus interrogés.

Les cas de Clara et Marie nous ont montré en quoi les représentations individuelles observées dans cette recherche ne sauraient être considérées comme strictement structurelles. Comme nous l'avons établi concernant la difficulté du manque de recul temporel suffisant sur ce que nous avons nommé le « régime numérique », nous nous retrouvons ici encore une fois dans une posture analytique délicate, nous amenant à entreprendre de saisir les *potentialités* de notre objet d'étude plus que ses déploiements effectifs. Nous avons donc commencé à saisir les représentations des festivaliers interrogés dans leur dimension évolutive, qu'elles soient directement observables – notamment dans le cas des interrogés appréhendant la forme exclusivement *online* comme forme festivalière à la fois autonome et viable – ou appréhendées à l'aune de leurs potentialités évolutives. Cette dimension d'évolution prête à questionnement dans les modalités de son déploiement. En ce qui concerne notre thématique spécifique, dans quelle mesure peut-on déceler un impact symbolique à double sens entre les représentations des individus et celles mises en œuvre par l'entité festivalière ? Ces deux types de représentations ne sauraient connaître une évolution de manière isolée : elles exercent un impact certain l'une sur l'autre. Il convient ici de revenir sur l'entretien mené avec Clara, dans la mesure où cette dernière s'est exprimée, dans la continuité de sa précédente réponse, sur cette influence à double sens :

« (Hésite) Je sais pas trop ce qui crée l'évolution ou la conditionne. C'est un peu comme la poule ou l'œuf, cette question, c'est très difficile de savoir pourquoi on change d'opinion ou sa manière de voir les choses. Je sais que le festival lui-même a une influence, bien sûr. Pour Kinotayo, on le voit sur leur site, ils mettent vachement en avant tout le truc avec le numérique, tous les endroits où les films sont diffusés, tout ça. Ça crée un truc spécial, un peu inédit, forcément. Alors bien sûr on est là avec nos opinions toutes faites sur les festivals, nos partis-pris, la manière dont on veut vivre le truc, mais l'image du festival, à un niveau où à un autre elle a un effet. On voit qu'il existe des trucs différents, qu'il y a des tentatives de faire les choses autrement. Donc forcément ça a une influence sur nos manières de voir les choses. Mais à moyen ou à long terme, c'est logique, ça met du temps à vraiment entrer dans les esprits. Après bon, le festival peut pas non plus faire n'importe quoi, il est obligé de prendre en compte les avis des gens, de se reposer sur ce qui existe déjà, sinon il perdrait tout le monde. »

(Clara, 25 ans, étudiante – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2009)

Nous retrouvons donc ici l'influence symbolique mutuelle entre le festivalier et la manifestation. L'identité de cette dernière se construit à travers une tension entre ses propres intentions – institutionnelles, politiques ou encore artistiques – et ce qui est perçu des attentes et imaginaires individuels. Il s'agit là de la dimension de *construction des publics* se trouvant au cœur de toute manifestation, qu'elle soit culturelle, artistique, politique ou sociale. Il est en effet nécessaire pour l'institution d'évaluer le type de public visé, son volume ainsi que ses attentes, et ainsi de construire un *public imaginé* devant permettre d'anticiper le déroulement futur de la manifestation. Le Festival de Kinotayo visant à une innovation, basée sur un dispositif de diffusion numérique, destinée *a priori* à le différencier de conceptions dites « traditionnelles » de la forme festivalière, il lui est nécessaire de prendre en compte la nature des imaginaires festivaliers de ses futurs publics afin de les intégrer à son entité d'une manière harmonieuse. Benjamin, designer automobile de 37 ans rencontré en 2010 dans l'espace de la Maison de la Culture du Japon, a lors de son entretien évoqué plus en détails cette influence symbolique de l'individu sur l'entité festivalière :

« Kinotayo c'est vraiment intéressant ce qu'ils font, mais c'est aussi risqué. C'est vraiment bien d'essayer d'innover, mais on peut se retrouver en décalage total avec les gens qui vont pas trop comprendre ou avoir envie de suivre la démarche. C'est vraiment délicat je crois, surtout en ce moment avec toutes les évolutions de ces dernières années, on peut avoir du mal à suivre. C'est bien que Kinotayo tente l'évolution, mais j'espère qu'ils vont laisser le temps aux gens d'évoluer avec eux, sinon ils vont pas faire long feu. »

(Benjamin, 37 ans, designer automobile – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

Par-delà le « conservatisme » apparent des représentations festivières observées jusque-là dans cette recherche chez les spectateurs de notre échantillon, nous pouvons donc également déceler les indices d'une dynamique évolutive, se déployant *en potentialité* dans un double mouvement symbolique entre les individus et l'institution festivière. Une majorité des individus interrogés semble ainsi à la fois illustrer ce « conservatisme » mais également développer une réflexivité par rapport à ce dernier, les conduisant à une mise en question explicite de cette dimension spectatorielle. Nous pouvons donc observer, de manière indirecte, un mouvement certain des imaginaires festivières chez nos spectateurs interrogés.

L'appartenance festivière : conscience spectatorielle et perspectives

Nous avons vu que les représentations spectatorielles restent dans notre échantillon majoritairement ancrées, malgré de fortes perspectives d'évolution dans une temporalité plus étendue que celle de notre recherche, dans une vision traditionnelle de l'espace-temps festivièr. Ces représentations sont attachées à un questionnement fondamental, celui de la nature de l'espace-temps du Festival de Kinotayo : dans quelle mesure les individus peuvent-ils développer un sentiment d'appartenance dans un environnement remettant partiellement en question – de manière effective et/ou symbolique – les frontières traditionnelles de l'entité festivière ?

L'usage des technologies numériques permet, par une facilitation de la manipulation et du coût des dispositifs, un accroissement des phénomènes de synchronisation précise des expériences. Un exemple, faisant office de « pont » théorique entre nos deux terrains, en serait la cérémonie d'ouverture de l'édition 2010 du Festival de Cannes, retransmise en direct dans de multiples salles de cinéma en France et suivie de la diffusion simultanée du film d'ouverture, visionné en même temps que les spectateurs de la Salle Lumière. Il convient de se demander si les spectateurs extra-cannois de la cérémonie ont eu la sensation, le temps d'un soir, d'être des festivaliers cannois et dans quelle mesure le sentiment de *partage* de cette expérience avec les individus présents sur place s'est déployé.

Il s'avère que l'un des spectateurs faisant partie de notre échantillon à Kinotayo a été présent lors de l'une de ces retransmissions. Il s'agit de Julien, technicien lumière de 34 ans rencontré en 2010 à la Maison de la Culture du Japon. Interrogé sur cette expérience, il évoque ce visionnage effectué dans une salle parisienne :

« Oui c'était pas mal, mieux que sur sa télé en tout cas (rires). J'irais pas jusqu'à dire que je me suis senti comme faisant partie de l'événement, ça restait une retransmission sur grand écran. Mais il y avait quelque chose, une connexion, oui. Après j'ai entendu parler de salles de ciné où les gens venaient fringués en tenues de soirée, ils jouaient vraiment le jeu. C'est ça le truc en fait, il y a toute une partie jeu de rôle, il faut avoir vraiment *envie* de faire partie de l'événement je crois. Tu peux pas te faire complètement prendre par la main, le cheminement il se fait aussi et surtout dans la tête des gens. (pause) C'est comme les gens qui attendent un film super longtemps et qui vont le voir déguisés, ils deviennent complètement tarés, il y a une part de *happening*. Là c'est pareil. Après je sais pas jusqu'à quel point ils ont vraiment l'impression de faire partie du truc ou qu'ils font semblant pour s'amuser. J'imagine qu'avec le numérique, comme c'est plus facile de mettre en place tout le bordel technique, c'est plus facile de créer le direct et la sensation de presque pouvoir interagir avec ce qui se passe. Mais bon, perso,

moi j'avais pas vraiment l'impression d'y être. J'avais plus l'impression d'être devant une télé de luxe avec des gens que je connais pas (rires). »

(Julien, 34 ans, technicien lumière – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

Julien soulève ici la thématique de la symbolique festivalière, à travers l'exemple des spectateurs extra-cannois habillés en tenues de soirée. La reproduction des codes esthétiques, sociaux et rituels de la manifestation semble être à même d'assurer un lien suffisamment fort pour établir un pont entre l'individu et l'entité dans laquelle il entreprend de s'inscrire, et ce même s'il en est absent physiquement. La question des limites des phénomènes de synchronisation en régime numérique se pose alors. Jusqu'où le sentiment d'appartenance peut-il se développer et quelles significations revêt-il alors ? Nous avons évoqué plus tôt dans cette recherche l'intérêt, dans le cadre d'une étude ultérieure spécifiquement consacrée aux festivals *online*, d'analyser la reconstitution dans la sphère privée de tels codes festivaliers par les individus, afin de déterminer les ponts symboliques qu'ils sont amenés à dresser pour recréer un sentiment d'appartenance transcendant le strict espace de visionnage. Si nous n'avons pas affaire, dans le cadre des retransmissions de la cérémonie 2010 d'ouverture du Festival de Cannes, au cas de la sphère privée des individus, le même questionnement demeure concernant le déploiement et la recréation des codes festivaliers dans des espaces autres que celui, spécifique, de la manifestation.

Comme nous l'avons vu, la synchronisation temporelle à l'œuvre dans le Festival de Kinotayo s'applique toutefois à une temporalité globale et non aux temporalités spécifiques des différents espaces de diffusion. Deux logiques, à la fois de synchronisation et de désynchronisation, opèrent donc au sein même de l'organisation de la manifestation. C'est dans la tension entre ces deux dynamiques que se déploie l'expérience des spectateurs. Le questionnement est, dans le cas de Kinotayo, sensiblement différent de celui évoqué plus haut dans la mesure où les espaces permettant l'observation du relai des codes sociaux festivaliers ne sont pas spécifiquement extra-festivaliers : ils sont ce que nous avons qualifié d'espaces-relais, espaces officiels de diffusion de Kinotayo. Ils sont toutefois perçus comme nous l'avons vu, par une majorité des spectateurs de notre échantillon, comme extra-festivaliers dans

l'expérience qui en est faite. Nous pouvons à ce titre revenir sur l'entretien mené en 2009 avec Remy, ingénieur de 32 ans vivant à Montpellier, lorsqu'il déclare :

« Là de toute manière j'ai plus l'impression de voir un simple film que d'aller à un festival, donc ça règle la question, un film c'est un film. »

(Remy, 32 ans, ingénieur – Salle *Le Royal*, Montpellier, 2009)

Il convient donc de se demander comment s'effectue le relai des codes festivaliers, vecteurs du sentiment d'appartenance spectatorial, dans les espaces-relais de Kinotayo. Nous avons pu voir, dans notre partie consacrée aux espaces de Kinotayo, en quoi les dispositifs du festival permettent un effet de *sortie du quotidien*. Toutefois, il n'était question, dans le cas des trois individus s'étant alors exprimés sur cette thématique, que des espaces *transversaux* de diffusion situés à Paris. Interroger le phénomène de sortie du quotidien et de développement du sentiment d'appartenance festivalier sur les espaces-relais de Kinotayo permet de considérer des espaces étant plus proches d'une expérience cinématographique perçue comme « commune » – ces espaces étant des salles de cinéma « classiques ». Il s'agit donc d'espaces nécessitant des ressources symboliques plus fortes afin d'être rattachés, dans la perception des spectateurs, à l'entité festivalière.

Si nous avons pu voir qu'à l'image des propos de Remy et dans la continuité des observations menées sur les différents espaces du festival, ces codes sont peu relayés par les dispositifs de Kinotayo, reste à observer dans quelle mesure ils sont relayés par les individus eux-mêmes. Chantal, libraire de 42 ans rencontrée dans la salle Le Méliès à Saint Etienne, parle de sa volonté de ressentir une expérience festivalière collective, même si elle se trouve éloignée géographiquement du centre symbolique de Kinotayo :

« En fait, se sentir membre du collectif, avoir la sensation qu'on fait partie de l'expérience du festival et pas juste d'un dérivé, c'est aussi et surtout un état d'esprit des gens qui y viennent. Moi, comme je vous ai dit, j'ai beau être à Saint Etienne, il y a beau y avoir peu d'affiches ou peu de choses liées au festival ici, ça ne m'empêche pas d'avoir l'impression d'en faire partie. Parce que j'ai envie d'en faire partie, parce que je sais qu'il y a une véritable

intention de la part du festival, et parce que je sais que les autres gens qui viennent ici voir le film, eh bien quelque part ils ont aussi envie d'en faire partie. Il y a quelque chose de particulier qui se crée, je sais pas, c'est difficile à expliquer. Quand je croise le regard de quelqu'un qui vient voir un film de Kinotayo, c'est pas comme quand je viens voir un film normalement. Il y a cette sensation qu'on vient voir un truc un peu spécial, pas juste le genre de trucs diffusés habituellement ici. Donc oui, le sentiment d'appartenance je le ressens, il est bien là. »

(Chantal, 42 ans, libraire – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Chantal nous montre ici l'importance des ressources symboliques créées non pas par la seule manifestation mais également par les spectateurs eux-mêmes. Le sentiment d'appartenance n'est alors pas uniquement créé institutionnellement par les dispositifs festivaliers, mais s'avère également constituer une construction sociale dépassant le simple cadre ponctuel de la manifestation. Cette dernière devient alors un prisme à travers lequel cette construction sociale s'effectue.

Sur la spécificité des codes festivaliers relayés par les individus, Sabrina, étudiante de 25 ans rencontrée en 2009 à Montpellier dans la salle *Le Royal*, nous donne plus de précisions :

« Est-ce que je me comporte de manière particulière pour les séances du festival ? Je sais pas... Je pense que oui, même inconsciemment. Je veux dire, il y a peu de choses autour de nous, là, qui peuvent faire penser qu'il y a un festival en train de se dérouler. Mais comme on sait qu'il s'agit d'un festival, on sent que c'est un peu spécial, alors on donne plus d'attention à la démarche. Personnellement je suis venue plus tôt que pour un film qui ferait pas partie de la sélection du festival. C'est pas vraiment rationnel... (hésite) C'est comme si on se disait qu'il allait y avoir quand même quelque chose de spécial, les autres spectateurs en train de discuter avant le film, un effet de groupe intéressant... Après la séance je traîne aussi un peu plus longtemps. Pas forcément super longtemps hein, mais je prends plus mon temps, je regarde ce que font les autres spectateurs qui viennent pour le festival. J'ai

jamais vraiment réfléchi à tout ça en fait, mais je me rends compte que oui, inconsciemment, puisque c'est un festival, je me comporte un peu différemment. »

(Sabrina, 25 ans, étudiante – Salle *Le Royal*, Montpellier – 2009)

On le voit, les traits d'un imaginaire festivalier « traditionnel » rejaillissent, même inconsciemment selon Sabrina, sur l'entité géographiquement dispersée de Kinotayo. On retrouve ici la volonté d'une incarnation collective de l'expérience festivalière, même – et peut-être surtout – face à un déficit de symbolique collective du côté de la manifestation elle-même. L'effet de *sortie du quotidien*, qualifié par Sabrina ainsi que par d'autres interrogés de notre échantillon d'aspect « spécial » du festival, s'avère étroitement lié aux sentiments d'appartenance collectif. Il est intéressant de constater que Sabrina, parmi les codes festivaliers recréés dans le cadre d'un espace-relais, dit avant tout recréer celui de l'*attente*. L'attente, généralement perçue comme une contrainte par les individus, semble, dans le cadre de l'expérience festivalière, acquérir une dimension autre. Sabrina ne déclare pourtant pas exploiter cette attente activement à l'aide de relais numériques personnalisés et d'un accès Internet. C'est la *notion* même d'attente qu'elle évoque. Comme vu plus tôt dans cette recherche, l'attente s'inscrit donc dans la ritualité festivalière en permettant, pour une part importante, le déploiement de l'*être ensemble*. Même prise, dans le cas de Kinotayo, en dehors d'un espace-temps festivalier homogène où cet *être ensemble* se déploie hors de la ponctualité d'une séance, cette dimension d'attente semble demeurer, hors d'une rationalité d'optimisation individuelle du temps, fermement ancrée dans l'imaginaire festivalier des individus.

Edwige, journaliste de 38 ans rencontrée en 2010 dans la salle *Le Méliès* de Saint Etienne, nous a également parlé de ce rapport aux codes festivaliers :

« J'ai dit que j'allais voir ce film comme j'irais voir n'importe quel autre, mais c'est pas vraiment ça. Du côté festival, il y a vraiment rien qui facilite l'immersion, donc tout le côté festivalier, c'est nous qui devons le créer. C'est sûr que quand je viens voir un film de Kinotayo, j'ai envie de venir le voir différemment, donc quelque part, je viens avec un regard particulier, je reste peut-être un peu plus longtemps sur place. Il y a une démarche un peu

différente, même si ça se voit pas trop de l'extérieur. Et je sens que le public est un peu différent. C'est peut-être aussi lié au côté très spécifique du film diffusé, les films japonais restent peu diffusés en France dans les salles. On sait qu'on partage un goût spécifique assez peu répandu, implicitement ça crée un lien. Je suis plus facilement amené à parler avec des gens qui viennent pour un film de Kinotayo que pour un film plus classique. Donc là oui, le côté collectif, il prend un aspect plus prononcé. Je sais pas trop à quoi ça tient. Je crois qu'on a tous une vision bien particulière de ce qu'est un festival, donc même inconsciemment on veut recréer ça. »

(Edwige, 38 ans, journaliste – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Les différents espaces du festival présentent différents *rythmes*, et donc une désynchronisation entre chaque espace déployer sa programmation et ses expériences festivalières au sein du festival. Toutefois, au sein de chaque espace-relais ayant été analysé, nous avons pu rencontrer des individus qui, face au déficit symbolique perçu au niveau des dispositifs de Kinotayo, ont développé une réflexivité accrue concernant les ressources symboliques qu'ils mettent eux-mêmes en œuvre pour pouvoir développer un sentiment d'appartenance transcendant la ponctualité des séances et des différents espaces. On a pu voir que les codes festivaliers « traditionnels » restent, à bien des égards, présents dans les imaginaires individuels. Ils peuvent revêtir, en régime numérique, un rôle de lien symbolique permettant aux innovations festivalières géographiquement hétérogènes d'éviter un délitement du collectif festivalier. On le voit donc, imaginaires festivaliers « traditionnels » et innovations festivalières en régime numérique ne s'avèrent pas nécessairement contradictoires. On a pu ici déceler qu'ils peuvent se déployer en étroite complémentarité dans la constitution de la perception spectatorielle de *l'être ensemble* festivalier.

Evolutions de l'activité spectatorielle en amont de l'expérience de l'œuvre : spectateurs et usages des hypermédias

Nous avons pu observer à plusieurs reprises, chez les spectateurs interrogés de notre échantillon, que la communication opérée par l'institution festivalière sur Internet en amont de la manifestation revêt une importance essentielle pour les individus, particulièrement face à ce qui est perçu, notamment dans les espaces-relais, comme un déficit de symbolique festivalière collective. Les mises à l'épreuve des formes festivalières traditionnelles à travers l'évolution des technologies numériques posent ainsi une importante question : celle de la temporalité de l'expérience spectatorielle. Si l'entité festivalière se trouve dans une certaine mesure déconstruite, l'expérience en étant faite par les spectateurs se trouve alors partiellement déplacée hors d'un espace-temps collectif homogène.

Cette hétérogénéité peut être géographique comme nous l'avons vu dans le cas du Festival de Kinotayo. Elle peut également s'avérer être *temporelle*. L'entité festivalière, à travers l'accès à l'information et les modalités de communication via réseaux numériques, peut ainsi déplacer en amont de son déroulé une partie de l'activité spectatorielle traditionnellement déployée en son sein. Il s'agit là question que nous avons déjà abordée dans le cas du Marché du Film de Cannes, lorsque nous nous étions demandé si les professionnels de l'industrie cinématographique pouvaient, grâce aux technologies numériques, transférer en amont de la manifestation une partie de leur travail jusque-là réalisée pendant la manifestation. Nous allons donc nous placer ici dans la continuité de ce questionnement, en l'abordant désormais sous l'angle de spectateurs de cinéma dits « classiques », nous demandant comment l'activité spectatorielle des individus de notre échantillon se déploie en amont de l'expérience festivalière.

Peut-on ainsi déceler chez nos interrogés, en amont de la manifestation festivalière, des formes de coopération interprétative entre les spectateurs propres à l'usage des hypermédias numériques ? Afin d'appréhender ces derniers, il convient de nous pencher un moment sur l'apport théorique de Marshall McLuhan, auteur ayant souvent, en raison de son approche des médias, été qualifié de « prophète de l'Internet » et plus

généralement de l'âge de l'électronique. McLuhan a ainsi établi, dans son ouvrage « Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme », une distinction entre ce qu'il nommait « médias chauds » et « médias froids » : les premiers ne nécessitent que peu d'apports de la part des individus en faisant l'expérience, tandis que les seconds nécessitent au contraire une participation plus forte de la part de chacun. McLuhan semble associer, à travers cette classification, la participation individuelle aux médias froids au fait que ces médias ne mettent à disposition de leurs publics que peu d'informations. Le cinéma se trouve alors catégorisé, à travers cette théorie, en tant que « média chaud ». La participation est, selon cette perspective, vécue comme un palliatif à un déficit d'information : le spectateur est amené à aller chercher lui-même l'information lui faisant défaut.

Cette analyse revêt, à l'aune des observations réalisées dans le cadre de notre recherche, un aspect éminemment contradictoire. Les modalités de l'interaction des spectateurs de cinéma en régime numérique telles que nous les avons étudiées sont précisément tributaires, pour une large part, d'un accroissement de l'accès à l'information. Les modalités d'interaction, d'expertise et de réflexivité en lien avec les usages des dispositifs numériques – individualisés ou institutionnalisés – nous éloignent de cette vision d'un spectateur de cinéma traditionnellement conçu comme « passif ». Au vu des pratiques et représentations spectatorielles en régime numérique abordées dans cette étude, la classification de McLuhan semble donc largement discutable. La pratique du cinéma en régime numérique ne saurait être analysée comme relevant d'un quelconque et schématique « média chaud » au sens où McLuhan l'entend.

Il est à noter que le Festival de Kinotayo peut, selon l'angle d'analyse propre à l'auteur, faire à ce titre figure de « média froid ». Nous rattachons pour cet exemple la forme festivalière à la terminologie « média » au sens large, c'est à dire comme désignant une interface entre des individus et des contenus souvent informatifs : le festival est en effet un support servant d'interface entre des spectateurs et des œuvres cinématographiques, mais également aux informations entourant ces œuvres. Nous avons abordé, au cours des parties précédentes, les phénomènes de production symbolique des spectateurs du festival, par opposition au déficit symbolique pouvant être perçu chez les individus face à la manifestation. Le festival cinématographique que constitue Kinotayo ne saurait donc

être rattaché d'une quelconque manière à la figure d'un « média chaud », les individus y illustrant précisément toute la dimension active liée au statut de festivalier, mais également à celui de spectateur de cinéma.

C'est cette remise en question de la classification de Marshall McLuhan qui nous amène à nous interroger, à l'inverse des caractéristiques d'un « média chaud », sur les dimensions évolutives de l'activité spectatorielle des festivaliers interrogés. Plusieurs spectateurs de notre échantillon ont ainsi évoqué à la fois le cas de la communication de Kinotayo sur Internet mais également leur activité sur réseaux numériques au sens large. Parmi eux se trouvait Fabrice, étudiant de 23 ans rencontré en 2009 dans l'espace parisien du Grand Palais, qui a spécifiquement évoqué le cas de la communication numérique du festival :

« La communication via Internet, par rapport à avant c'est une révolution, il y a pas photo. Vous me demandez si ça me gêne qu'il y ait pas trop de visuels festivaliers, de symbolique, eh bien en fait, non pas vraiment. Tout est facilement accessible, on peut communiquer avec tout le monde avant, pendant et après. Donc on est plus dépendant du festival pour ça. Le lieu pour se retrouver il est là, mais il y a peu de chances qu'on arrive les mains dans les poches. Tout est à dispo sur le site. On sait ce qu'on vient voir, comment on vient le voir, où on vient le voir. On sait pas encore avec qui par contre, ça reste la seule inconnue (rires). Bref oui, toute la prise d'information en amont du festival c'est super important. Je dis pas que c'est nouveau, mais avec Internet ça prend des proportions dingues. A la limite, on a plus qu'à se pointer les mains dans les poches. »

(Fabrice, 23 ans, étudiant – Grand Palais, Paris – 2009)

Il est intéressant de noter que Fabrice, dans une même réponse, qualifie le phénomène qu'il décrit comme une « révolution » mais déclare peu après qu'il ne s'agit pas là d'une chose nouvelle. On retrouve donc encore une fois ici, dans les propos d'un interrogé, un exemple de confusion, dans les représentations individuelles, ayant trait à l'évolution des technologies et dispositifs numériques. Fabrice illustre ici dans ses propos l'importance accrue, à travers la diffusion numérique, de l'activité spectatorielle se

déployant *en amont* de l'expérience, que ce soit celle du film ou celle du festival au sens large. Il est délicat d'interroger les pratiques spectatoriennes effectives en amont du festival dans la mesure où elles ne constituent pas le cœur de notre problématique. Toutefois, nous pouvons ici en observer l'impact sur les *représentations* de Fabrice et des autres individus interrogés. Cet impact provoque nécessairement des répercussions sur l'expérience du festival lui-même : si une partie des activités spectatoriennes – notamment de prise d'information – se trouve déplacée, le reste des activités se déployant dans le cadre spécifique de la manifestation se trouve restructuré. Fabrice évoque plus précisément cet impact sur son expérience de Kinotayo :

« Ben comme je vous l'ai dit, ça change un peu l'attitude quand on arrive. Avant le numérique il y avait aussi plein d'informations à récupérer avant d'arriver au festival, bien sûr, histoire d'être un minimum informé. Mais, je sais pas, je pense qu'il y avait une part plus grande laissée à l'incertitude, à la marge d'erreur. Là tout est plus visible, donc mieux organisable. Mes activités par rapport au festival, elles sont... comment dire. (pause) Précisément ordonnées. Sur place, il n'y a plus d'info à récupérer. Parfois je me dis même que ça me manque, cette incertitude, je me fais le festival beaucoup trop confiant, je suis pas trop surpris par ce qui m'arrive. Je dis pas que sinon j'aurais parlé à tout le monde, mais à la limite il y a de ça, c'est précisément ordonné donc on a tendance à rester sur des rails et à pas trop parler aux autres gens du festival. C'est dommage. »

(Fabrice, 23 ans, étudiant – Grand Palais, Paris – 2009)

Fabrice évoque la « visibilité » permise par les outils de diffusion numérique, permettant ainsi une plus grande précision de l'organisation et une préparation optimale par l'individu de sa future expérience. Cette rationalisation de la répartition de l'activité spectatorienne peut toutefois conduire, selon l'interrogé, à un certain cloisonnement de l'activité du spectateur, trop préparé pour se laisser aller à découvrir des choses lors de la manifestation. Fabrice associe donc à l'entité festivalière une nécessaire dimension *d'incertitude spectatorienne*, conduisant l'individu à s'ouvrir à l'inattendu et à se laisser porter dans un collectif de spectateurs dépassant le simple cadre du visionnage du film.

C'est donc le double aspect, à la fois positif et négatif, des outils numériques de diffusion et de la réorganisation de l'activité spectatorielle qu'ils permettent qui est ici pointé.

Parmi les individus de notre échantillon, Catherine, cuisinière de 39 ans rencontrée en 2009 à la Maison de la Culture du Japon, a évoqué le versant numérique de son activité spectatorielle au-delà du cas spécifique du Festival de Kinotayo et de son site web :

« Ah mais Internet c'est vital maintenant (rires), et pas que par rapport au site du festival. C'est juste un truc sans fond. Bien sûr, je suis allée me renseigner sur le site web de Kinotayo, c'est sûr, d'ailleurs je ne sais même plus comment j'ai atterri dessus, c'était complètement par hasard. Je n'ai vu aucune affiche ou aucun programme sur Kinotayo, donc j'ai appris directement sur Internet que le festival existait. Je cherchais autre chose, au fil des liens je suis tombée sur un visuel qui m'a plu, j'ai cliqué et voilà. C'est ça que je veux dire : avec Internet, on y arrive par hasard et on en repart par hasard. Le cinéma japonais m'intéresse, alors une fois que je suis allé sur le site de Kinotayo, je suis allée me renseigner ailleurs, j'ai appris super rapidement plein de trucs sur les films programmés, puis le cinéma japonais, puis le cinéma tout court. C'est comme un entonnoir, inversé ou pas. Bon après on a la tentation de toujours cliquer, on peut rester assez superficiel sur un sujet finalement, mais ça permet d'avoir une bonne vue d'ensemble. Internet ça augmente la culture générale plutôt que la culture précise (rires). Donc oui, honnêtement je sais pas si je pourrais m'en passer. »

(Catherine, 39 ans, cuisinière – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2009)

Catherine évoque ici le phénomène d'accroissement de l'expertise spectatorielle en régime numérique dont il a été question plusieurs fois dans cette recherche. Le développement de l'activité spectatorielle en amont du festival permet non seulement une réorganisation logistique de l'ensemble de l'activité festivalière de l'individu comme l'évoquait Fabrice, mais permet également d'engager, à travers le prisme du festival, une dynamique de développement de l'expertise se situant à plusieurs niveaux : celui du film, celui du festival, celui cinématographique et celui culturel au sens large. Les modalités d'acquisition de cette expertise semblent être multidimensionnelles dans la

mesure où elle se calquent sur le fonctionnement des liens hypertextes sur Internet : par construction d'interactions et ponts théoriques entre divers pans de savoir, favorisant une appréhension globale d'un terrain de connaissance plutôt que des expertises ciblées et spécifiques.

Agnès, étudiante de 27 ans rencontrée en 2010 à la Maison de la Culture du Japon, développe un discours se situant dans la lignée de celui de Catherine :

« Avec le numérique et Internet c'est difficile de rester concentré sur une seule chose. On fait tout le temps plein de trucs en même temps, ça peut être un problème d'ailleurs puisqu'on a plus de chances de les faire mal (rires). C'est une espèce de tourbillon de vitesse, personnellement j'ai parfois du mal à prendre un peu de recul. Mais le rapport à l'information devient plus fort, c'est sûr. (pause) Même systématique. Maintenant je dois presque me forcer pour aller voir un film sans rien savoir dessus. Entre les infos qui sont de plus en plus diffusées et la tendance des gens à emmagasiner le plus possible les infos prémâchées, je pense que la connaissance générale de ce qui se passe en société est plus haute que jamais. Après, ça ne veut pas forcément dire que les gens sont plus intelligents ou cultivés hein, c'est même le contraire je crois, beaucoup de trucs incitent à la paresse intellectuelle sur Internet. Mais si on a un peu de rigueur et qu'on a un vague objectif dans tout ce tas d'infos, ça peut être utilisé à bon escient. Perso, niveau cinéma, j'ai de plus en plus l'impression de savoir de plus en plus ce que je vais voir et tout ce qui tourne autour. Il y a une forme d'insouciance qui me manque, parfois. J'aimerais bien en retrouver une partie. »

(Agnès, 27 ans, étudiante – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2010)

Agnès évoque ici le côté multidimensionnel de l'expertise spectatorielle permise par les outils numériques de diffusion, comme connaissance à la fois de l'œuvre et du contexte dans lequel elle s'inscrit. On le voit à travers ces propos de nos interrogés, les expériences festivalière et cinématographique semblent donc bien loin des caractéristiques des « médias chauds » tels que décrits par Marshall McLuhan. L'aspect multidimensionnel de l'activité des spectateurs en régime numérique, à a fois

géographique et temporel, nous conduit donc à nous interroger sur la notion du « voir ensemble », telle que théorisée notamment par Emmanuel Ethis. Ce « voir ensemble », correspondant *a priori* à une appréhension « traditionnelle » de l'expérience cinématographique, revêt-il une signification différente sous la perspective du régime numérique ?

Au-delà du « voir ensemble » : « expérimenter ensemble »

Un constat, déjà ressorti du volet cannois de notre enquête, semble se renouveler ici : la dynamique du « expérimenter ensemble » semble, en régime numérique, gagner en importance par rapport à celle du « voir ensemble » cinématographique. La recreation de codes festivaliers « traditionnels » par les individus eux-mêmes dans le cadre de Kinotayo illustre en effet un besoin spectatoriel, par-delà les reconfigurations géographiques de l'entité festivalière, d'un *être ensemble* cinématographique qui, s'il n'est pas effectif et homogène, peut s'avérer principalement symbolique. On a ainsi pu constater en quoi le « voir ensemble » cinématographique, tel que théorisé notamment par Emmanuel Ethis, peut se muer dans un sens plus large en un « expérimenter ensemble » cinématographique dépassant le simple cadre du visionnage de l'œuvre.

Le partage collectif incarné, traditionnellement pris dans une dimension festivalière globale, peut également s'avérer être considéré dans une dimension partielle, comme le montre le cas des espaces-relais de Kinotayo. Si elle peut transcender une dispersion géographique du festival, la symbolique d'appartenance évoquée plus haut ne peut en revanche, selon la majorité de nos interrogés, être considérée comme un *absolu*. C'est dans cette mesure que nous parlons d'une dimension potentiellement *partielle* de l'incarnation du collectif : la symbolique doit, pour ces interrogés, être rattachée à certains repères festivaliers incarnés et irréductibles, même s'ils s'ancrent dans une hétérogénéité géographique certaine. Le Festival de Kinotayo nous a montré un cas où la construction de la conscience d'un *être ensemble* symbolique global relève plus d'une démarche des spectateurs eux-mêmes que de l'institution festivalière. Les évolutions des pratiques socioculturelles en régime numérique semblent favoriser cette

dynamique, où les spectateurs se trouvent plus que jamais incités à reconstruire eux-mêmes des codes collectifs d'appartenance.

Nous pouvons ajouter à ces observations la dimension élargie de l'expérience spectatorielle permise par les relais numériques individuels, notamment à travers le phénomène de relais numérique de l'information. Les phénomènes de synchronisation des expériences se trouvent facilités, tant dans leur mise en place que dans l'accès y étant permis. Les individus ne sont plus seulement tributaires de dispositifs synchronisés arbitrairement mis en place par une entité extérieure, en l'occurrence ici la forme festivalière. Ils peuvent d'une manière inédite s'approprier et construire, en étroite interaction avec l'entité constituée par le festival, leurs propres phénomènes de synchronisation à travers la diffusion numérique de la parole spectatorielle, de l'information et des contenus.

Les contours d'une conception *élargie* de l'expérience cinématographique semblent donc ici se dessiner, aboutissant à une sorte de mise à niveau symbolique où le visionnage du film ne constitue plus qu'une étape parmi d'autres dans l'expérience cinématographique de l'individu. L'activité spectatorielle, à travers l'évolution des dispositifs numériques de diffusion, acquiert un impact inédit en amont et en aval de l'œuvre, où le rapport aux images et à l'information devient créateur d'une *existence élargie* de l'œuvre. *L'expérience collective* revêt alors, plus que le *voir collectif*, un aspect multidimensionnel, comme nous l'avons vu à de multiples reprises dans cette recherche. Il est à noter que les espaces transversaux de Kinotayo symbolisent, à un certain degré, cette approche élargie de l'expérience cinématographique et festivalière : non strictement attachés – contrairement aux espaces-relais – à un rôle de diffusion cinématographique, mais constituant néanmoins les repères hiérarchiques les plus importants du festival.

L'ensemble de ces observations nous conduit à nuancer la définition des *objets temporels* telle que théorisée par Edmund Husserl, fondateur de la phénoménologie. Bernard Stiegler revient, dans l'ouvrage collectif « Cinéma et dernières technologies », sur cette définition :

« Husserl analyse la structure singulière de ce qu'il appelle les objets temporels. Ceux-ci ne désignent pas, dans ce contexte, les objets qui sont dans le temps : tous les objets réels et sensibles sont dans le temps. Non, il s'agit ici des objets qui ont pour caractéristique d'être définis par les conditions dans lesquelles ils s'écoulent avec le temps et qui se constituent dans le cours même de leur écoulement – comme par exemple une mélodie. »
(1998, p. 84)

La conscience constitue, selon Husserl un flux. Les objets temporels épousent le flux de la conscience et ne déploient ainsi leur existence effective, pour les individus, que dans le cadre de leur déroulé temporel. Les objets audiovisuels – et donc les œuvres cinématographiques – correspondent, selon la perspective husserlienne, à de tels objets. Or, les observations et analyses menées jusqu'ici dans cette recherche semblent aller à l'encontre de cette catégorisation. Les films, en régime numérique, semblent plus que jamais déployer leur existence, effective et/ou symbolique, en dehors de ce strict déroulé temporel : expérimentés, divisés, manipulés, reconstruits ou encore discutés, dans un mouvement sans cesse facilité et accéléré par l'évolution des outils numériques de diffusion mis à disposition des individus.

Mélissa, chômeuse de 31 ans rencontrée en 2009 à la Maison de la Culture du Japon, évoque ce qui, à travers l'exemple du Festival de Kinotayo, constitue son expérience cinématographique :

« Quand je viens à un festival de cinéma, c'est rarement juste pour un film ou des films. Il y a un petit truc en plus, l'ambiance, le public, des gens cinéphiles, on sait qu'on peut avoir des échanges intéressants. Kinotayo c'est un peu particulier à ce que j'ai compris, il y a plein d'autres endroits qu'ici où c'est diffusé. Mais je pense pas que ce soit un problème. (hésite) Si ? (rires) Quand on a l'impression de faire partie d'un festival, ça dépasse ce qu'on voit directement, j'imagine. Et avec le numérique, il y a plein de moyens de créer des trucs vraiment intéressants, quel que soit l'endroit où on est. Après c'est pas juste les festivals je crois. Le numérique, ça a une grosse influence sur le cinéma en général. Il y a plein de manières de voir du cinéma qui ne sont ni

les salles, ni les festivals, ni la télé. On peut se créer ses petits événements à soi, avec les films qu'on veut. On peut même faire ses propres films (rires). Enfin bon, tout ça pour dire que voir du cinéma, je trouve que c'est plus cloisonné comme avant, c'est pas juste s'asseoir devant un film. Il y a tellement de créativité sur Internet, toutes les images qui circulent... Un film, ça devient plein de films. Je ne sais pas si je suis claire (rires). »

(Mélissa, 31 ans, chômeuse – Maison de la Culture du Japon, Paris – 2009)

Mélissa soulève, dans ses propos, plusieurs points. Elle évoque tout d'abord ici l'aspect circonstancié de l'expérience festivalière. Si cette dernière ne se limite pas à « ce qu'on voit directement », nous nous situons alors dans une vision dépassant une conception homogène incarnée. On retrouve encore une fois l'idée d'une recréation des codes festivaliers par l'individu dans une sphère extérieure à la manifestation qu'il va, symboliquement, rattacher à la cette dernière en construisant lui même les modalités de son sentiment d'appartenance. Mélissa évoque également le phénomène d'*existence élargie* des œuvres, en mentionnant leur fragmentation à travers le relais et la manipulation des images, mais également en stipulant explicitement que cette expérience dépasse le simple visionnage. L'œuvre en régime numérique, selon cette perspective, devient multiple : elle ne constitue plus une unité mais bien le point central d'une arborescence constamment évolutive de contenus. L'expérience de l'œuvre ne se limite pas à ses strictes frontières de base, elle se déploie à travers cette arborescence, chaque individu y « navigant » d'une manière lui étant spécifique.

Céline, étudiante de 22 ans rencontrée en 2010 dans la salle *Le Méliès* à Saint Etienne et faisant partie des trois interrogés de notre échantillon considérant la notion de festival *online* comme une forme festivalière à la fois autonome et viable, évoque la dimension élargie du sentiment d'appartenance permise par les outils numériques :

« C'est comme je vous disais pour les festivals *online*. On a pas besoin d'être physiquement présent pour sentir qu'on fait partie de quelque chose, qu'on le partage avec d'autres gens. Ça ne vous est jamais arrivé devant une télévision ? Pas besoin numérique pour ça. Mais le numérique aide à développer le truc encore plus, je crois. Je sais qu'un festival c'est particulier,

pas vraiment comme d'autres évènements, mais je crois vraiment que ça peut évoluer comme les autres choses. Je sais que le fait d'être avec des gens, sentir leurs réactions, c'est important, mais c'est pas parce qu'on partage pas avec les gens du festival dans des endroits choisis par le festival qu'on ne partage pas du tout. On peut voir chez soi les films avec des gens. Bon je sais que les festivals on plus de moyens, mais au final, chacun peut recréer le côté festivalier. (pause) Avoir le sentiment de faire partie d'un truc, c'est aussi une démarche des gens, pas juste un truc prémâché par le festival. Je dis pas que le festival *online* est mieux hein, je dis juste qu'il faut arrêter de dramatiser et de dire que chacun va finir dans son coin. »

(Céline, 22 ans, étudiante – Salle *Le Méliès*, Saint Etienne – 2010)

Selon Céline, la dimension élargie de l'expérience cinématographique et festivalière dont il est question ici ne constitue pas une spécificité du régime numérique, mais gagne au sein de ce dernier une ampleur inédite. Il est, à nouveau, question de la capacité par les individus de la récréation des codes collectifs festivaliers hors du strict espace de la manifestation, voire dans leur sphère privée. La « valeur ajoutée » festivalière réside principalement, selon Céline, dans l'ampleur de ses dispositifs, qu'ils soient technologiques, logistiques ou spatiaux. C'est cette ampleur des dispositifs qui, jusque-là inaccessible aux spectateurs, devient de plus en plus appropriable par les individus grâce aux possibilités offertes par les outils numériques. Cette idée nous renvoie dans une certaine mesure à la théorie des *espaces semi-publics* selon Sylvie Thouard : espaces hybrides issus d'un accès d'une ampleur et d'une facilité inédites à des modalités numériques de diffusion des contenus. Ces espaces se déploient en parallèle des institutions sociales et culturelles officielles. La perspective énoncée par Céline nous renvoie à cette importance de l'accès et de l'appropriation par les individus des dispositifs en régime numérique. C'est cette appropriation qui conduit à une reconfiguration des pratiques culturelles, ces dernières n'étant plus majoritairement tributaires d'une offre et d'équipements « extérieurs ». C'est donc, selon cette perspective, une vision « politique » de l'évolution des pratiques festivalières qui ressort, cette évolution étant tributaire des équipements culturels et des modalités de diffusion des innovations technologiques auprès des individus.

Anna, employée dans une entreprise de développement durable de 37 ans, rencontrée dans la salle parisienne *Le Denfer*, parle quant à elle de la dimension temporellement élargie de l'expérience cinématographique festivalière :

« Le problème aujourd'hui c'est que j'ai limite l'impression d'avoir vu le film avant même d'aller vraiment le voir. Les bandes annonces montrent de plus en plus de choses du film, même beaucoup trop. Enfin je dis les bandes annonces, mais il y a aussi beaucoup d'autres choses. Les extraits, les interviews, les vidéos, les gens qui en parlent, les critiques, tout ça, il y en a énormément. Sur Internet, il y a presque pas besoin de chercher, si on s'intéresse un tout petit peu à un film ou autre, on tombe directement sur tout ça. Et à force de voir des vidéos, de lire des articles, on finit par reconstituer le film dans sa tête, même inconsciemment, même si on veut pas. A moins que ce ne soit un film expérimental ou vraiment surprenant, toute la découverte est gâchée. Maintenant je dois vraiment faire un effort pour rester peu voire pas informée sur un film qui me fait vraiment envie, ça devient difficile. Le bon côté par contre c'est après (pause). Après le film ou le festival, quand on peut prolonger le plaisir du film en revoyant les extraits, en en discutant avec des gens qu'on ne connaît pas, en se renseignant, même en voyant des gens qui se sont amusés avec les images du film. Donc je veux pas non plus avoir l'air aigrie ou réac (rires), Internet a aussi de très bons aspects et je suis la première à le reconnaître. »

(Anna, 37 ans, employée dans une entreprise de développement durable – Salle *Le Denfer*, Paris – 2010)

Anna évoque ici l'existence extra-filmique de l'œuvre, non dans ses excroissances explicites à travers le relais de ses contenus ou des informations le concernant, mais au niveau des représentations de l'individu. Il est intéressant de constater en quoi elle parle du fait de « reconstituer un film » avant même de l'avoir vu. Les imaginaires contiennent un réservoir d'images ainsi qu'une manière de les agencer, ici en fonction de la connaissance des structures narratives cinématographiques. Cet accès grandissant aux contenus à l'information et aux contenus va de pair avec une augmentation, comme nous avons pu le voir précédemment notamment à travers la figure du méta-spectateur dans

le volet cannois de l'enquête, du niveau d'expertise spectatorielle. Anna, à travers cette évocation du déploiement de l'existence du film en amont et en aval de son visionnage, pose donc un regard pertinent sur ce qui constitue, en régime numérique, les caractéristiques d'une vision élargie de l'expérience spectatorielle. Le « voir ensemble » semble donc, au vu des propos de nos interrogés, s'inscrire dans un « expérimenter ensemble » plus large revêtant, en régime numérique, un rôle d'excroissance et de continuité de l'œuvre à l'impact grandissant. Ce phénomène conduit ainsi à un floutage croissant des frontières du film, dont le début et la fin de l'expérience par les spectateurs se fondent de manière croissante en amont et en aval du visionnage.

5. Bilan de l'enquête au Festival de Kinotayo et perspectives

Le rapport au réel : représentations diverses et évolutives

La problématique du déplacement des frontières « traditionnelles » de l'espace-temps festivalier, à travers les reconfigurations des représentations, pratiques et modalités du sentiment d'appartenance interrogées chez les individus de notre échantillon, pose au final la question des niveaux de *réalité* des expériences spectatorielles. Nous nous sommes posé la question, à travers les parties précédentes, de ce qui conditionne et provoque l'évolution du sentiment d'appartenance des spectateurs : si cette évolution dépasse le strict cadre festivalier ou si, au contraire, elle en redéfinit les contours. Or, il convient également de se demander dans quelle mesure l'existence d'un sentiment d'appartenance implique nécessairement l'existence une appartenance *effective*. L'appartenance festivalière est-elle une stricte construction sociale objectivable ou une représentation individuelle pouvant s'exprimer à divers niveaux ? Quelles significations revêt pour les individus de notre échantillon, à travers le prisme de la diffusion numérique, le rapport au *réel* de l'expérience spectatorielle ainsi que les modalités de sa construction ?

Qu'entendons-nous tout d'abord par la terminologie de *réel* ? Cette notion est définie, dans le Petit Robert³⁵, comme « qui ne constitue ou ne concerne pas seulement une idée, un mot ; qui est présent ou présenté à l'esprit et constitue la matière de la connaissance ». Cette définition se complète peu après par « qui produit des effets, qui agit ; qui existe actuellement, concrètement ». Nous avons donc, au sein d'une même définition, affaire à deux visions possibles de ce qui est défini comme *réel*. Nous constatons d'une part une vision limitant cette notion à une dimension strictement matérielle, relevant du monde physiquement tangible : il s'agit de ce qui « existe concrètement ». D'autre part, nous nous trouvons face à une appréhension du réel le définissant au sens large comme dépassant la stricte dimension matérielle et pouvant également relever d'un pont dressé entre la réalité tangible et le domaine de l'esprit, à travers l'ensemble des individualités que ce dernier suppose. Parler de *réel* consistera ainsi à appréhender la manière dont « ce qui est présenté à l'esprit » génère la multiplicité des représentations des individus. Nous avons donc affaire, dans un cas, à une vision strictement objectivable du réel, tandis que l'autre définition laisse une part notable à l'interprétation individuelle de ce qui est perçu.

Comment alors déterminer la dimension dans laquelle s'inscrit le *réel* de l'expérience festivalière en régime numérique ? En ce qui nous concerne cette recherche et la manière d'interroger cette problématique auprès des spectateurs de notre échantillon, nous appréhendons le *réel* de l'expérience festivalière à l'aune de la dimension d'appartenance qu'il suppose.

Nous avons vu en quoi, à travers ce volet de l'enquête, l'appréhension du Festival de Kinotayo par ses spectateurs peut générer un décalage symbolique entre représentations des individus et représentations de la manifestation, qu'elles soient explicites ou implicites. Toutefois, plusieurs cas individuels semblent nous montrer que ce rapport se restructure progressivement autour de référents communs construits à la fois par la manifestation mais également par les individus eux-mêmes, désireux de s'inscrire dans un tout collectif et reconstruisant une part de leurs modalités d'appartenance à l'entité festivalière. Il a été établi dans cette recherche que la part irréductible d'incarnation de l'expérience festivalière existe ainsi, avant d'être effective,

³⁵ Edition de 1973

comme *potentialité*. L'appartenance se structurerait alors, selon cette idée, sur la *symbolique* du réel de cette expérience. Pouvons-nous alors supposer qu'appréhender le *réel* de l'expérience festivalière dans le cadre de cette recherche nous place face non à une réalité objectivable, mais d'abord face à une subjectivité de la perception des individus qui, si elle se trouve partagée par suffisamment de spectateurs, aura un impact objectivable sur la nature de l'entité festivalière ?

Ce rapport au *réel*, même s'il ne figurait pas dans nos grilles d'entretiens de départ, est ressorti de quelques-uns des entretiens menés. Nous nous sommes demandé, au cours de ce volet de notre recherche, si certains spectateurs, face à la spécificité et aux problématiques inhérentes au Festival de Kinotayo, pouvaient développer le sentiment d'appréhender un « faux » festival. L'usage de la terminologie « faux » désignerait alors indirectement le sentiment d'appartenance collective comme ce qui est perçu en tant que la principale *réalité* festivalière. Nous en revenons donc ici, comme lors du bilan cannois, à la question de l'évolution des perceptions et terminologies festivalières en régime numérique. Nous avons pu voir, dans l'ensemble de ce volet de l'enquête consacré au Festival de Kinotayo, que les réponses des individus concernant le sentiment d'appartenance ou encore les frontières de l'entité festivalière traduisaient, au-delà de certaines dynamiques notables dans notre échantillon et communes à de nombreux interrogés, une *multiplicité* des représentations. Peut-on alors, lorsque la question du rapport au *réel festivalier* est directement abordée, déceler le même type de multiplicité ?

Marie, attachée de presse de 29 ans rencontrée en 2010 dans la salle parisienne *Le Denfer*, semble hésiter lorsqu'il lui est demandé si elle a l'impression que Kinotayo constitue un « faux festival » :

« (Pause) Je sais pas, spontanément j'aurais tendance à dire oui. *Faux*, c'est un peu dur comme terme quand même, ça revient un peu à cracher sur le boulot que font les gens qui bossent dedans, donc ce n'est pas le mot idéal. Mais l'idée est là. Je prétends pas détenir la vérité et dire ce qu'est un festival ou ce qu'il doit être. Mais... Je ne sais pas jusqu'à quel point quelque chose peut changer en restant le même. A quel moment ça devient autre chose et qu'il

faut simplement changer de nom. C'est comme, je sais pas, un musicien qui se filme en train de jouer et qui est regardé en direct par mille internautes en direct. On peut appeler ça un concert ? On pourrait trouver plein d'exemples comme ça, même les plus absurdes. Je peux décider d'arrêter d'appeler cette table une table et l'appeler *un mur* à la place, pour moi ça peut être défendable, mais personne comprendra rien. Vous me parlez du réel, c'est une question compliquée... (pause) D'une part, il y a nos perceptions du réel, il y en a plein, et d'autre part en société on se met d'accord sur une seule version de ce réel, pour arriver à se comprendre. Tout ça c'est très, très subjectif. Et forcément, la manière dont je perçois Kinotayo, c'est pas une question d'avoir tort ou raison, c'est juste subjectif. »

(Marie, 29 ans, attachée de presse – Salle *Le Denfer*, Paris – 2010)

Marie met ici en lumière la dimension de construction sociale du réel comme un arbitraire subjectif, au même titre que la subjectivité dont chaque individu peut faire preuve. La différence est qu'il s'agit d'une subjectivité dominante. Le *réel* de l'expérience festivalière ne semble pas ici désigner une forme « en absolu » mais, au contraire, prend les contours d'un entrecroisement de subjectivités passées et présentes, individuelles et sociales. La réalité de l'entité festivalière se construit et évolue donc à l'entrecroisement de cet ensemble de subjectivités. La réflexivité déployée par Marie la conduit, dans une réponse suivante, à nuancer sa propre perception du réel festivalier en évoquant sa possible évolution au fil d'une temporalité plus longue.

Ce rapport au réel de l'expérience des individus a également été soulevé par Sabrina, étudiante de 25 ans rencontrée en 2009 dans la salle *Le Royal* à Montpellier :

« Ca revient souvent à se convaincre soi-même. On crée sa propre réalité, qu'elle soit festivalière ou autre, mais ce n'est pas propre au numérique selon moi, c'est valable pour n'importe quel autre truc en société, je crois. Une chose est réelle avant tout parce qu'on a envie qu'elle soit réelle. C'est pour ça que je dis que ça revient à se convaincre soi-même. Chacun a une perception différente des choses. Alors en plus, des choses qui tiennent beaucoup à une symbolique, comme Kinotayo, c'est encore plus ça. Objectivement, Kinotayo,

c'est pas facile de ressentir spontanément le lien général, pas trop de signalétique, pas trop d'informations, tout le monde dans des endroits différents. Forcément. Mais comme je vous disais, on se conditionne soi-même selon son vécu et ses attentes. Et si pour une raison ou une autre on a envie de ressentir ce lien, de le voir, eh bien on va le voir. Ou faire en sorte de le voir. J'ai une certaine expérience des festivals, donc d'après mes habitudes, je projette sur Kinotayo. Beaucoup d'autres gens font sûrement pareil, mais c'est normal, c'est presque instinctif. »

(Sabrina, 25 ans, étudiante – Salle *Le Royal*, Montpellier – 2009)

La subjectivité du rapport au réel s'accroît à mesure que l'importance de la dimension symbolique des échanges s'accroît également. Les modes numériques de diffusion et leurs évolutions semblent donc épouser plus que jamais cette subjectivité en raison de la redéfinition des sphères sociales collectives qu'il entraînent. Plus les ressources symboliques deviennent importantes afin de préserver et restructurer un lien collectif à mesure que les évolutions sociales se cristallisent, plus la subjectivité des perceptions individuelles est amenée à se développer. Kinotayo constitue un terrain d'observation privilégié, à travers son usage d'innovations numériques, de ce nécessaire surplus de travail symbolique qui échoit à la fois à la manifestation et à l'individu. En résulte une friction entre l'entité constituée par Kinotayo et les perceptions du « réel festivalier » par les spectateurs, partagés entre leurs repères symboliques établis et leurs modalités d'adaptation à ce qu'ils perçoivent du festival, recevant autant la symbolique de ce dernier qu'ils projettent sur lui leurs propres représentations.

Les entretiens avec les spectateurs du Festival de Kinotayo où la question du réel de l'expérience festivalière a été directement abordée dessinent donc une vision avant tout *subjective* et évolutive de cette problématique. Il est à noter qu'un fort travail de réflexivité a été, encore une fois, constaté chez les individus interrogés, nous renvoyant aux observations et hypothèses déjà soulevées sur le terrain cannois de notre recherche. La notion du *réel* s'avère heuristique à aborder dans un contexte d'évolution – principalement culturelle, sociale et technologique – rapide comme celui du régime numérique, dans la mesure où la tension entre les représentations des individus et celles s'avérant socialement dominantes peuvent être amenées à s'accroître. Interroger

l'appréhension du réel de l'expérience par les individus nous amène à prendre la mesure de cette tension, rendue alors particulièrement visible pour l'analyste. Cette tension peut se muer en décalage, comme le montre la confusion pouvant à certains moments ressortir des entretiens menés avec les spectateurs de Kinotayo. Avant d'être effectif, le rapport au réel se déploie dans le travail symbolique que chaque individu effectue. Interroger ce rapport, ainsi que la multiplicité évolutive qu'il implique, nous permet de constater à nouveau que nous nous trouvons loin des représentations linéaires et homogènes pouvant marquer les évolutions en régime numérique.

Une recreation sans cesse renouvelée du lien spectatorial : un déplacement des frontières de l'expérience collective ?

Au vu de la démarche nous ayant conduit au terrain d'analyse du Festival de Kinotayo, à quels résultats ce volet de l'enquête nous a-t-il donc menés ? Il convient de rappeler que deux hypothèses de départ ont été énoncées en tout début de ce volet de l'enquête :

- Le lien effectif entre les différents espaces du festival à travers ses dispositifs numériques s'accompagne nécessairement de la production de ressources symboliques renouvelées afin de permettre la production d'un sentiment d'appartenance spectatorial.
- Les modalités de construction de ce sentiment d'appartenance spectatorial à un « tout festivalier » débordent le simple cadre de l'espace-temps de la manifestation elle-même.

Quels résultats ont été obtenus, au fil de nos observations, concernant ces hypothèses ? Si nous considérons la première, il s'est rapidement avéré que les ressources symboliques engagées par les individus eux-mêmes ont semblé autant, voire plus, importantes que les ressources symboliques mises en œuvre par l'entité festivalière. Nous l'avons vu jusque dans la partie précédente : l'expérience festivalière se construit, se déploie et évolue au croisement des représentations des spectateurs et de celles de la

manifestation. Ce constat semble se trouver nettement accentué en régime numérique à mesure que les frontières de la forme festival se trouvent, à travers des dispositifs à la fois plus performants et plus accessibles, déplacées de manière renouvelée. Cette « mise en mouvement » des frontières festivalières semble faire écho à celle des spectateurs, telle que nous l'avons observée dans le volet cannois de notre enquête.

Les ressources mises en œuvre par les individus eux-mêmes ne témoignent en revanche pas d'une perspective positiviste se mettant systématiquement au diapason des différentes évolutions festivalières. L'enquête menée au sein du Festival de Kinotayo nous a ainsi permis d'observer que les codes festivaliers « traditionnels » restent, pour une part importante, présents dans les imaginaires individuels d'une majorité des individus interrogés. Ils constituent la majeure partie des ressources symboliques que nous avons pu observer comme engagées par les spectateurs de notre échantillon. Toutefois, il a été heuristique d'observer que ce dernier constat ne signifie pas que ce décalage dans les ressources symboliques de la manifestation et celles des individus est nécessairement contradictoire. Contrairement à l'hypothèse que nous avons émise en abordant ce terrain festivalier, il s'est avéré que les imaginaires festivaliers « traditionnels » des individus peuvent ne pas se poser en contradiction avec les pratiques en régime numérique et le travail symbolique mis en œuvre par Kinotayo. Ils peuvent ainsi revêtir un rôle de lien symbolique permettant aux innovations festivalières géographiquement hétérogènes d'éviter un délitement du collectif festivalier. Nous pouvons donc ici observer une complémentarité entre imaginaires « traditionnels » et évolutions tant des pratiques que des représentations en régime numérique, s'alimentant l'un l'autre et créant ainsi un pont entre l'existant et ce qui peut être perçu comme « nouveau ». Nous le voyons à l'aune de ces résultats, nous nous trouvons à nouveau bien loin des rhétoriques et représentations fonctionnant sur la symbolique de la *rupture* et postulant une révolution numérique. Interroger les spectateurs de notre échantillon nous a permis d'observer, dans la majorité des cas, une forte capacité réflexive des individus, conscients de l'arbitraire de leurs imaginaires festivaliers et des perspectives évolutives s'offrant à eux.

Nous avons choisi, au cours de l'enquête, de traiter notre seconde hypothèse à la fois à travers le cas direct de Kinotayo mais également à travers celui, hypothétique pour

l'ensemble des interrogés – la forme existe mais aucun n'en a encore fait l'expérience, du festival *online*. Cette dernière problématique nous a permis d'interroger les traits de dispersion géographique et de reconfiguration des frontières festivalières, déjà illustrés par l'entité constituée par Kinotayo, sous une forme plus « extrême », rendant le questionnement encore plus visible pour les individus interrogés. Nous avons ainsi pu constater que pour certains profils de spectateurs, la nature de l'expérience festivalière dépasse une stricte dimension spatiale fixée institutionnellement. A travers l'observation de multiples niveaux symboliques interagissant entre les individus et la manifestation, nous avons ainsi vu qu'une recréation d'un collectif dans les sphères sociales individuelles, relevant de la sphère privée, ne se pose pas nécessairement en contradiction avec l'expérience de l'entité festivalière. Reste à interroger cette notion de festival *online* d'un point de vue statistique afin de déterminer l'évolution de l'impact de ces dynamiques sur les imaginaires collectifs dans le temps moyen et/ou long. A ce stade, nous sommes toutefois en mesure d'identifier, dans nos échantillons, des imaginaires festivaliers non incompatibles avec la réappropriation individuelle de l'espace que suppose le festival *online*.

Afin de parvenir à appréhender ce qui peut permettre et conditionner un tel déplacement de visions « traditionnelles » de l'appartenance festivalière, nous avons postulé l'existence d'une « part irréductible d'incarnation de l'expérience ». Cette notion, telle que nous l'avons analysée auprès des spectateurs interrogés, s'est avérée ne pas nécessiter être effectivement vécue pour être perçue et ressentie comme telle. Le sentiment d'appartenance à l'entité festivalière, existant *en potentialité* avant d'exister *en acte*, se construit sur cette perception avant de se construire sur l'expérience effective. Il s'agit là d'un élément s'étant avéré essentiel pour appréhender la construction de l'appartenance spectatorielle dans des situations festivalières « dispersées », dont le Festival de Kinotayo constitue une forme « relative » et le festival *online* une forme « extrême ». La majorité des individus énonçant ainsi un sentiment d'appartenance dépassant la simple ponctualité du visionnage de l'œuvre – au même titre qu'une séance cinématographique dite « classique » – s'en référaient, dans l'essentiel des cas, à ce que la manifestation a appelé son « espace pivot » et que nous avons également qualifié « d'espace transversal » : la Maison de la Culture du Japon. Si une incarnation collective est vécue dans les espaces-relais, elle n'est pas, en tant que

telle, perçue comme festivalière. Elle ne le sera qu'une fois considérée en rapport avec ce qui est symboliquement établi comme le cœur de l'entité festivalière, c'est à dire son espace pivot. Comme nous avons pu le voir, il s'agit là d'une des principales contradictions observables concernant les évolutions de la forme festivalière en régime numérique : l'évolution effective, à travers l'éparpillement géographique et la démarche d'hétérogénéité, s'appuie sur une symbolique de l'homogénéité. Nous en revenons une fois de plus à l'entrecroisement d'imaginaires contraires mais complémentaires : individuels et de la manifestation, « traditionnels » et évolutifs, hétérogènes et homogènes, etc. La construction des évolutions culturelles en régime numérique s'effectue par *ponts* et non par ruptures.

L'enquête nous a également permis d'observer, découlant de l'ensemble de ces observations, que le Festival de Kinotayo permet d'appréhender la distinction existant entre le « voir ensemble » et « l'expérimenter ensemble » avec une acuité inédite mise en évidence par les usages et potentialités des dispositifs numériques. L'activité spectatorielle liée aux films se déploie, en régime numérique plus que jamais, en amont et en aval de l'œuvre à travers des potentialités interactionnelles augmentées avec l'œuvre et la chaîne cinématographique au sens large. Nous l'avons vu dans le volet cannois de l'enquête : dans le cadre d'un espace-temps festivalier « classique » – au sens de son homogénéité spatiale, cette dimension élargie de l'expérience cinématographique se trouve déjà accentuée par l'usage par les spectateurs des relais numériques individuels. Dans le cadre d'un espace-temps festivalier « non traditionnel » comme celui de Kinotayo, cette dimension élargie va jusqu'à devenir essentielle pour assurer l'existence du festival dans sa dimension collective « globale », en facilitant la construction, par les spectateurs, de leurs codes d'appartenance à la manifestation. Nous l'avons vu à plusieurs reprises dans les entretiens menés : les individus évoquant leurs activités de spectateurs ayant trait à la manifestation et à ses œuvres *en amont* de l'expérience du festival correspondaient le plus souvent aux profils exprimant l'existence et le développement possible d'un sentiment effectif d'appartenance au Festival de Kinotayo. Cette expérience cinématographique élargie – qu'elle concerne l'accès à l'information, aux contenus ou encore à la manipulation individualisée de ces contenus – semble conditionner la production par les spectateurs des ressources

symboliques festivières nécessaires au développement d'évolutions numériques telles qu'illustrées, dans le cadre de cette recherche, par Kinotayo.

Il convient enfin de revenir sur l'un des premiers résultats obtenus après traitement des entretiens de 2009 et 2010 : le constat qu'aucune réelle corrélation n'a pu être établie entre les profils socioculturels des individus interrogés et les espaces de diffusion du festival. Le critère de la proximité géographique comme principale raison du choix d'un espace de diffusion a traversé *tous* les entretiens. Les spectateurs interrogés n'ont dans aucun des cas été amenés à expliquer la raison première de leur choix d'un espace de diffusion par des facteurs tels que son identité institutionnelle et/ou culturelle, leur attrait subjectif pour l'environnement urbain dans lequel il se trouve, l'influence de sphères sociales pouvant les amener à rejoindre expressément d'autres individus dans un espace spécifique, ou encore le rythme de programmation propre à chaque espace. La proximité restait, systématique, le critère premier et, dans la majorité des cas, unique. Dans le cas des quelques individus étant présents dans deux espaces de diffusion au cours d'une même édition du festival, le critère de la proximité géographique restait prédominant et cantonné à la stricte sphère de diffusion *parisienne*. Si un deuxième espace s'avérait visité, il s'agissait – dans un seul des cas – en raison d'une curiosité individuelle concernant les dispositifs du festival, ou bien en raison, dans les autres cas observés, de simples contingences temporelles et logistiques conduisant l'individu, selon ses disponibilités, à choisir un espace complémentaire dont les horaires de diffusion d'une œuvre lui conviennent. Dans tous ces cas, le deuxième espace visité s'avérait être l'espace le plus proche du lieu d'habitation des individus *après* le premier espace visité.

La pratique du Festival de Kinotayo et de son espace dispersé constitue donc avant tout une pratique géographiquement très déterminée. Ces résultats s'avèrent peu surprenants, dans la mesure où la démarche opérée par la manifestation constitue précisément, par ce phénomène de dispersion, à se rendre accessible par-delà la distance géographique. Tous les individus de notre échantillon ont épousé cette démarche, donnant comme nous l'avons vu souvent lieu à une friction entre leurs représentations festivières et les dispositifs effectifs et symboliques mis en œuvre par Kinotayo. Il aurait été heuristique de rencontrer des festivaliers ayant transcendé la

rationalité du choix de la proximité et d'étudier les significations attachées à cette démarche, afin de voir si elles correspondent à une volonté de s'ancrer dans les espaces-pivots de la manifestation alors considérés comme réel espace-temps festivalier homogène, ou bien à d'autres raisons ponctuelles et/ou logistiques ne relevant pas de leurs imaginaires festivaliers. Hélas, aucun individu ayant adopté cette démarche n'a pu être rencontré.

Les reconfigurations des imaginaires festivaliers : horizons en régime numérique

Nous avons donc vu en quoi, à travers les multiples résultats obtenus dans ce volet de l'enquête, la recreation constamment renouvelée du lien spectatorial en situation festivalière, à travers ses évolutions en régime numérique, illustre avant tout un phénomène de *continuité*. En aucun cas n'avons-nous pu déceler des formes de rupture existant entre les pratiques et représentations relevant spécifiquement des évolutions en régime numérique et celles lui préexistant. Au contraire, nous avons pu déceler des formes de complémentarité sur lesquelles le Festival de Kinotayo semble s'appuyer afin de favoriser, par-delà sa démarche de dispersion géographique relative, le sentiment d'appartenance chez ses spectateurs. Les reconfigurations des imaginaires festivaliers, tels qu'ils se déploient chez les spectateurs et tels que nous avons entrepris de les observer, se déploient ainsi non dans un stricte mouvement linéaire et positif mais, au contraire, dans des constructions, déconstructions et associations de représentations multiples, tant dans leur nature que dans leur temporalité.

La mobilité spectatorielle telle qu'illustrée par les spectateurs du Festival de Kinotayo est donc, à défaut de constituer une mobilité géographique individualisée notable – le facteur de la proximité restant dominant – plutôt une adaptation des spectateurs à la forme de mobilité mise en place par la manifestation elle-même. Ce faisant, les spectateurs sollicitent et mettent en œuvre une variété certaine de représentations afin de rattacher symboliquement les différents espaces du festival les uns aux autres selon la hiérarchie mise en place par Kinotayo, c'est à dire principalement depuis les espaces-relais vers l'espace-pivot constituant le cœur de la manifestation. Nous avons bien

entendu également rencontré, dans notre échantillon, plusieurs cas de spectateurs où aucun dynamique évolutive ne pouvait être constatée, les imaginaires festivaliers dits « traditionnels » restant alors placés dans une contradiction stricte avec l'entité constituée par Kinotayo. Certains interrogés, ancrés dans une appréhension strictement homogène de la forme festivalière, allaient même jusqu'à réfuter à la manifestation son caractère festivalier. Toutefois, le propos de ce volet de l'enquête n'était en rien quantitatif. Il nous a permis d'observer, au-delà de ces cas individuels marqués par des imaginaires festivaliers fixés dans une appréhension exclusivement « traditionnelle », quelques cas notables de reconfiguration de ces imaginaires. A ce stade de notre recherche, ces profils nous ont permis d'analyser non la portée statistique de ces reconfigurations, mais plutôt leur nature ainsi que les multiples modalités selon lesquelles elles peuvent se trouver exprimées par les individus et exercer une influence sur leurs pratiques.

Georges Amar, évoquant au sens large la multidimensionnalité des évolutions de la mobilité des individus en régime numérique, nous renseigne aussi indirectement sur celle, nous intéressant ici, marquant le Festival de Kinotayo et ses spectateurs :

« Ce que l'on appelle dans le jargon du transport la multimodalité est, en fait, un principe fondamental d'écologie urbaine : de même qu'un écosystème naturel a besoin de biodiversité, un écosystème urbain a besoin de diversité de mouvements. Les solutions de la nouvelle mobilité sont systémiques : elles intègrent les dimensions mobiles (véhicules, voies, vitesse) et immobiles (stations et gares, lieux, relation au territoire) ; elles articulent le hardware (matériels roulants, infrastructures) et le software (information, cognition, services). Plus généralement, les nouvelles formes de la mobilité urbaine associent la technologie, l'intelligence sociale, l'urbanisme, les nouveaux modèles économiques et la création culturelle. » (Amar, 2010, p. 206)

Nous retrouvons ici, par rapport à la spécificité de notre terrain et des observations y étant été réalisées, la notion de mobilité au sens de la dimension de dispersion géographique opérée par la manifestation, la notion d'immobilité dans la dimension d'ancrage spécifique, par-delà la démarche d'hétérogénéité, de l'ensemble de ses

espaces de diffusion, la notion de hardware au niveau du dispositif principal sur lequel s'appuie l'entité de Kinotayo – le dispositif numérique *Smartjog*, et enfin la notion de software à travers la communication numérique effectuée par le festival ainsi que l'usage par les individus de leurs propres relais numériques – que ce soit, comme nous l'avons vu, dans le cadre des espaces du festival ou dans le cadre de l'activité spectatorielle numérique déployée en amont et en aval de la manifestation. On peut ici voir en quoi l'évolution de la mobilité en régime numérique telle qu'évoquée par Georges Amar semble illustrer notre appréhension multiple des évolutions de la forme festivalière et des pratiques spectatorielles y étant liées.

Afin de nous interroger sur les reconfigurations de l'imaginaire festivalier, nous avons entrepris de nous pencher sur le seul espace du Festival de Kinotayo commun aux deux volets de l'enquête, 2009 et 2010 : la Maison de la Culture du Japon. Quels types d'évolutions ont pu y être décelés ? Un protocole conséquent et formalisé d'observation n'a pu être logistiquement et temporellement mis en place, au vu du déroulé de notre enquête et de l'ensemble des entretiens ayant été entrepris. Toutefois, une observation rapide des dispositifs en parallèle de l'enquête « principale » – donc en *off* – ne nous a pas permis d'observer de changement ou d'évolution notables dans l'occupation de cet espace par la manifestation. La nature et le volume des ressources symboliques y étant déployées semble rester stable. Que peut signifier cette absence d'évolution ?

Il est tout d'abord possible que cette signification soit strictement logistique et économique. Le festival ayant un budget limité et étant de surcroît une manifestation « jeune » n'ayant pas encore d'assise institutionnelle et économique « lourde », il est probable qu'une partie conséquente du déploiement de ses dispositifs soit soumise à des limites strictes. Les possibilités d'évolution d'une édition à l'autre semblent donc, à ce stade, dans une certaine mesure réduites, d'autant plus que le nombre d'espaces a, entre 2009 et 2010, quasiment doublé. Il semble donc difficile pour la manifestation, face à cet accroissement notable des espaces, d'investir au même moment dans un accroissement des dispositifs s'y déployant.

Une autre signification potentielle de cette absence d'évolution des dispositifs et ressources symboliques dans la Maison de la Culture du Japon consisterait à la

considérer comme une démarche explicitement mise en place et revendiquée comme telle par le Festival de Kinotayo. Nous avons vu à plusieurs reprises que l'analyse de ce dernier permet d'observer une compensation du déficit de symbolique collective perçu de la part du festival par une production symbolique accrue des spectateurs. Leur travail de production symbolique permet alors le déploiement d'un sentiment d'appartenance transcendant la séparation géographique des différents espaces de diffusion. Il a été établi précédemment que, dans le cas d'une évolution hétérogène de la forme festivalière en régime numérique telle qu'illustrée par Kinotayo, cette production symbolique des individus devient essentielle pour le maintien et le développement de la manifestation. L'équilibre entre le rôle joué par les spectateurs et celui joué par le festival se trouve alors, dans cet environnement symbolique et ces dispositifs évolutifs, déplacé. Nous pouvons ainsi postuler l'hypothèse que ce *transfert* d'une part de travail symbolique est une démarche mise en place par l'équipe organisationnelle de Kinotayo. Le festival maintient alors sa symbolique festivalière collective à un niveau fixe afin d'inciter son public à relayer lui-même cette dimension d'appartenance à travers son appropriation des modes numériques de diffusion.

Les entretiens exploratoires réalisés avec les professionnels travaillant à l'organisation du Festival de Kinotayo ne nous ont pas réellement renseigné sur cette problématique, le discours des individus interrogés restant alors systématiquement calqué sur celui de la manifestation, tel qu'illustré notamment par son site web – et tel que nous avons pu l'aborder dans notre partie consacrée aux ressources symboliques déployées par le festival. Il est donc impossible, à ce stade de notre recherche, de privilégier l'une ou l'autre de ces deux hypothèses. Elles ne sont toutefois pas exclusives l'une à l'autre : il s'avère alors pertinent d'imaginer qu'elles peuvent être toutes les deux valables pour appréhender les ressources symboliques de Kinotayo.

Marie, attachée de presse de 29 ans rencontrée en 2010 dans la salle parisienne *Le Denfer*, a, comme nous l'avons vu dans une partie précédente, illustré une réflexivité forte concernant ses propres représentations festivalières. Illustrant tout d'abord des représentations « traditionnelles » en déclarant avoir des difficultés à saisir la nature festivalière de Kinotayo en raison de son entité dispersée, elle évoque ensuite la probable évolution de ses propres représentations spectatorielles, mais également des

imaginaires festivaliers au sens large du terme. A l'image de nos propos concernant la temporalité scientifiquement délicate sans laquelle s'ancre cette recherche en raison du relatif manque de recul analytique concernant le phénomène de diffusion des outils numériques, Marie évoque une période de « transition ». Cette réflexivité déployée nous a semblée pertinente dans sa manière de nous renvoyer encore une fois aux traits spectatoriels que nous avons abordés, dans notre volet cannois de l'enquête, à travers la figure de ce que nous avons qualifié le *méta-spectateur*.

Peu après dans l'entretien, Marie revient sur cette évolution et la temporalité dans laquelle elle semble, selon elle, s'inscrire :

« Comme je vous ai dit, oui, je pense que c'est une transition. C'est un peu schizophrène peut être de fonctionner comme ça (sourire). En même temps, c'est un peu difficile de voir comment ça va évoluer quand on est en plein dedans, surtout que depuis quelques années ça va vraiment très vite, il y a toujours un nouveau truc qui est créé et qui est censé changer notre manière de vivre notre vie sociale. Et d'accéder à la culture. Après, je sais pas combien de temps ça peut prendre avant que ça se pose un peu, qu'on y voie plus clair. Les gens mettent longtemps à évoluer, et plus les choses vont vite et plus ils se braquent s'ils comprennent pas ce qui se passe. Là je pense qu'il faudra au moins cinq ans avant que tout le monde arrête de crier à la révolution. Ou à la crise, au final ça revient au même (rires). Et déjà ça, je trouve que c'est très optimiste comme estimation ! Bref. Ca doit pas être facile de faire votre enquête, les gens doivent être super contradictoires (rires). Moi-même là j'ai conscience d'être contradictoires, j'en ris mais quelque part ça me gêne un peu. Je sais pas si ces évolutions, c'est une bonne chose ou une mauvaise chose. Mais bon, elles sont là et il faut faire avec. Il faut essayer de nouvelles choses, et là vu ce qui se passe depuis quelques temps, on a plus vraiment le choix, il faut reconstruire certaines choses. »

(Marie, 29 ans, attachée de presse – Salle *Le Denfer*, Paris – 2010)

L'évolution des imaginaires festivaliers et donc de la forme festivalière elle-même semble être amenée à se déployer au croisement de multiples facteurs. La

reconfiguration de ces imaginaires en régime numérique semble donc constituer une dynamique qui, s'il est à ce stade difficile d'en saisir l'ampleur ou la temporalité comme l'illustrent les propos de Marie, pose des perspectives multidimensionnelles certaines dans le champ socioculturel.

CONCLUSION

Que nous a révélé cette recherche concernant les spectateurs de cinéma, la forme festivalière et l'évolution des modes numériques de diffusion ? A un moment où *My French Film Festival*, initiative de l'organisme UniFrance, réinterroge les frontières et perspectives de la forme festivalière en entreprenant d'établir à l'échelle internationale un festival exclusivement *online*, notre étude a permis de remettre en perspective quelques notions essentielles servant à appréhender la complexité de l'évolution des pratiques et représentations en régime numérique.

Quelles réalités recoupe alors l'idée *a priori* contradictoire d'un « spectateur de cinéma en mouvement » ? Nous nous sommes questionné, au départ de cette étude et à travers le cas spécifique de la forme festivalière, sur l'impact qu'exercent les évolutions de la mobilité spectatorielle – telles que conditionnées par les évolutions technologiques – sur l'activité éminemment sédentaire qu'est l'expérience cinématographique collective. Nous avons vu que les modalités évolutives de ce mouvement s'avèrent, dans le contexte du régime numérique, multidimensionnelles, sans pour autant se placer dans une lignée strictement positiviste nous mettant face à l'hypothétique figure d'un *nouveau spectateur*. Nous nous sommes ainsi, dans cette recherche, évertué à dresser, à l'encontre des raccourcis de pensée fonctionnant sur l'idée d'une rupture strictement positiviste, des ponts méthodologiques, identifiant certains éléments de transversalité à même d'élargir notre appréhension de notions traversant une évolution notable, telles que celles de *spectateurs de cinéma* ou de *forme festivalière*. Ces ponts sont à l'image d'une réalité socioculturelle se trouvant complexifiée par l'évolution rapide des outils numériques, où espace, temps, sphère publique ou encore sphère privée constituent autant de dimensions en interaction à réinterroger avec rigueur et clairvoyance, faisant ainsi évoluer les modalités de notre regard en même temps que nos objets d'étude. Un de nos premiers constats a ainsi été, dans cette perspective analytique, le fait que la

dynamique d'individualisation permise par les modes et outils numériques de diffusion semble s'instaurer pour les spectateurs non comme un strict isolement, mais plutôt avant tout comme une modalité de restructuration de l'expérience collective.

Nos deux terrains principaux, le Marché du Film de Cannes et le Festival de Kinotayo – et à titre complémentaire un échantillon de spectateurs issus de trois éditions du Festival de Cannes, nous ont permis d'aborder un même questionnement sous deux angles différents. L'évolution des modalités de la mobilité spectatorielle – sous ses multiples dimensions : effective, matérielle ou encore symbolique – a ainsi pu être appréhendée aussi bien au niveau direct des festivaliers et de leurs usages des relais numériques qu'au niveau de l'impact qu'est amenée à produire sur eux l'évolution de l'espace-temps de la forme festivalière à travers l'intégration croissante dans ses dispositifs de technologies numériques de diffusion.

Une grande complémentarité dans l'approche analytique est ressortie de cette double démarche. Des résultats ainsi obtenus sont ressorties de multiples perspectives concernant les modalités d'évolution des pratiques, cinématographiques et festivalières, des spectateurs. Il convient ici de mentionner l'une de ces perspectives qui, si elle ne constitue pas le cœur de la problématique précise qui nous occupe ici, a émergé des résultats obtenus et peut constituer une piste pertinente pour des développements analytiques ultérieurs. La perspective en question s'est ainsi avérée principalement *politique*, dans la mesure où elle postule que les choix arbitraires dans la gestion des équipements culturels ainsi que les modalités de diffusion à grande échelle des dispositifs, outils et innovations technologiques auprès des individus conditionnent directement et de manière effective les pratiques et représentations des spectateurs. Ces derniers se trouvent alors pris dans un double statut *a priori* contradictoire : à la fois *passifs* face à l'arbitraire politique et économique de diffusion et de mise à disposition des outils dont ils pourront faire l'usage, mais également *actifs* dans la mesure où l'individu, témoignant comme nous l'avons vu à de multiples reprises de modalités inédites d'accès et de manipulation des contenus à travers les outils numériques, se trouve alors considéré dans une certaine mesure, bien qu'à une échelle différente, comme « entrepreneur culturel » au même titre que les institutions – comme nous avons pu l'évoquer dans le cas des *espace semi-publics* tels que théorisés par Sylvie Thouard.

Nous ne reviendrons pas en détails dans cette conclusion générale sur l'ensemble des résultats obtenus, ces derniers figurant dans chacune des conclusions des deux volets de l'enquête. Nous évoquerons en revanche ceux d'entre eux qui semblent constituer, à ce stade, les principales perspectives sur lesquelles semble ouvrir cette recherche, tant dans ses réalisations effectives que dans ses limites.

Certaines statistiques établies dans la seconde partie des années 2000, alors que se trouvent diffusés de manière élargie auprès du grand public les relais individuels numériques *mobiles*, semblent statistiquement aller dans le sens d'une fracture générationnelle dans les pratiques numériques. Nous pouvons à ce titre citer les chiffres issus d'une étude, commandée en 2008 par l'Association Française des Opérateurs Mobiles, concernant les usages par les individus des fonctionnalités numériques et multimédia de leurs téléphones mobiles :

- 61% des utilisateurs interrogés prennent des photos avec leur téléphone mobile
- 37% réalisent des vidéos
- 40% envoient des photos ou des vidéos
- 33% écoutent de la musique

Se pencher spécifiquement sur la tranche d'âge des 12-24 ans conduit à constater que la plupart des statistiques s'accroissent :

- 91% prennent des photos et 69% font des vidéos
- 72% envoient des photos ou des vidéos
- 76% écoutent de la musique
- 66% jouent

Ces chiffres, arbitrairement choisis parmi d'autres à titre d'exemple, semblent donc bien illustrer l'effet de la variable de l'âge sur l'appréhension des pratiques numériques – ici mobiles – des individus. Notre recherche, en s'extrayant d'une stricte perspective statistique pour privilégier l'étude qualitative des représentations conditionnant les pratiques des individus, s'est avérée toutefois dessiner des résultats plus nuancés.

Revenons ainsi un instant sur ce que nous a indiqué la variable de l'âge dans le volet cannois de notre recherche, et plus précisément dans le cadre de l'enquête réalisée au Marché du Film. Cette variable de l'âge constituait un postulat important concernant cette étude dans la mesure où, par sa nature temporelle, elle semble constituer un des moyens les plus évidents de questionner les rhétoriques et représentations de *rupture* pouvant accompagner les évolutions socioculturelles et techniques en régime numérique. L'âge est à la fois la variable qui semble la plus appropriée pour interroger les logiques temporellement linéaires de rupture numérique mais également la principale variable sociologique que la nature de nos protocoles d'enquête au Marché nous a permis d'interroger. A-t-on pu constater une rupture générationnelle au niveau du rapport observé aux outils et aux symboliques numériques ? Le constat s'est avéré beaucoup plus nuancé que ce que peuvent laisser deviner les discours communs stipulant l'idée d'une « révolution » technologique, sociale et culturelle.

Deux types d'âges ont été traités : l'âge institutionnel et l'âge individuel. L'âge institutionnel, dans le cadre du Marché du Film, s'est avéré revêtir un rapport plus facilement identifiable avec le discours étant tenu sur les outils numériques. Ce discours étant alors calqué sur l'identité institutionnelle de l'organisme considéré et cette identité étant largement ancrée dans sa période de création, les représentations se sont avérées plus visibles et facilement appréhendables, sans pour autant que des constantes fortes puissent être établies dans notre échantillon. L'âge individuel n'a pas non plus permis de relever des dynamiques ou une structuration des profils interrogés clairement identifiables. La rupture dont nous avons questionné l'existence entre ce que nous pouvons considérer comme des *digital natives* – schématiquement les individus de moins de 30 ans dans nos échantillons – et les générations antérieures n'a donc pas pu être observée. Il est à noter qu'à plusieurs reprises, les quelques discours de *rupture* observés, fonctionnant sur l'idée d'une révolution positiviste et illustrant le plus de perméabilité aux usages et imaginaires des outils numériques, pouvaient même venir des profils les plus âgés. Comme nous l'avons vu précédemment dans cette recherche, ce dernier cas de figure peut être analysé de multiples manières. L'une d'entre elles, restant ancrée dans l'idée d'une rupture générationnelle, consiste à postuler une certaine « innocence » de l'individu âgé concernant les usages et enjeux en régime numérique, le

conduisant ainsi à une exagération dans l'expression de ses points de vue afin de palier le manque de nuance de son appréhension. Toutefois, cette idée ne relève à ce stade que de l'hypothèse. Une constante ayant traversé cette recherche est précisément, à l'inverse des rhétoriques et représentations fonctionnant sur ce mode positiviste, l'absence de phénomènes notables de rupture dans nos échantillons.

Le régime numérique semble également pour les spectateurs et/ou les festivaliers de cinéma être marqué, dans ses spécificités, par une distinction croissante opérée entre « l'expérimenter ensemble » et le « voir ensemble » cinématographiques. Le développement de cette dimension du « expérimenter ensemble » en régime numérique relève principalement d'un double floutage des frontières accentué par les usages des outils numériques : à la fois floutage des frontières effectives des œuvres et floutage des frontières de l'expérience collective au sens large. Le floutage des frontières des œuvres cinématographiques relève d'une expérience élargie des films, dont le début et la fin de l'expérience se fondent de manière croissante, à travers l'accès numérique individuel croissant aux contenus et à leur manipulation, en amont et en aval du visionnage effectif. Se trouvent alors dessinés, plus que jamais, les contours d'une *interaction* spectatorielle qui, si elle ne se déploie pas dans le contact direct avec l'œuvre, se déploie en amont et en aval de cette dernière avec une ampleur inédite, conduisant ainsi, en régime numérique, à une vision élargie du statut de spectateur et de la notion d'expérience cinématographique et/ou festivalière. Le floutage des frontières effectives de l'expérience des individus relève quant à lui, comme nous l'avons vu plus spécifiquement dans le cadre du volet cannois de notre enquête, du chevauchement d'un nombre croissant d'espace-temps différents mais complémentaires en situation collective, à travers l'usage des relais numériques individualisés. Il devient ainsi plus difficile d'identifier ce qui est *dans* et ce qui est *hors* de l'expérience collective. Cette dernière était, dans notre cas d'étude, festivalière : le strict espace-temps de la manifestation semblait, à travers ces formes étendues, ne plus constituer un facteur suffisant pour conditionner et permettre l'expérience collective considérée.

Qu'en est-il alors des évolutions de la ritualité festivalière en régime numérique ? Elle semble, au vu de nos résultats, à la fois sensiblement déconstruite mais également reconstruite selon des modalités s'appuyant de manière croissante sur les spectateurs

eux-mêmes. L'existence et la nécessité d'une part irréductible d'incarnation de l'expérience collective s'avère demeurer une constante chez la majeure partie de nos échantillons. Il s'est ainsi avéré que les évolutions de la mobilité spectatorielle ici appréhendée ne se posent pas nécessairement en contradiction avec le sédentarisme inhérent à l'activité cinématographique collective. Se déployant principalement en amont et en aval du visionnage collectif propre dit, elles entrent même en complémentarité avec celui-ci, faisant évoluer le regard que les spectateurs sur les œuvres. C'est notamment là, comme nous l'avons postulé, que se situent les perspectives renouvelées d'interaction pour les spectateurs et festivaliers.

Il semble alors pertinent de s'interroger, au vu des évolutions et perspectives d'évolution de la forme festivalière en régime numérique, sur les limites de cette forme dont la terminologie elle-même se trouve alors mise en question. Peut-on considérer ce qui est communément appelé « festival *online* » comme une forme festivalière ou, au contraire, comme une simple sélection thématifiée d'œuvres ? Nous avons entrepris d'interroger ces évolutions par le truchement des spectateurs de cinéma et de ce qui conditionne pour eux le sentiment collectif d'appartenance dans le contexte des potentialités et enjeux de leur mobilité en régime numérique. Il est encore une fois à ce stade délicat d'établir un constat précis concernant cette question. Ainsi, si les imaginaires festivaliers interrogés dans cette recherche semblent rester dans leur ensemble ancrés dans une appréhension « traditionnelle » de l'entité festivalière, ils semblent aussi saisis dans une amorce d'évolution qui, si elle reste discrète au moment de l'étude, s'avère bien réelle. L'enquête nous a également révélé – principalement dans le volet d'enquête consacré au Festival de Kinotayo – que ces imaginaires festivaliers « traditionnels » peuvent se poser non pas en opposition mais bien en *complémentarité* avec les pratiques et représentations évolutives propres au régime numérique. Nous avons pu observer qu'ils peuvent servir de repère symbolique fort aux individus, ces derniers étant alors à même d'intégrer des représentations évolutives sans que ce processus ne soit vecteur d'anomies. Ils peuvent ainsi revêtir un rôle de lien symbolique permettant aux innovations festivalières géographiquement hétérogènes d'éviter un délitement du collectif festivalier. Il ne semble ainsi pas exister de dispersion des expériences festivalières collectives dans un sens *absolu*, même dans l'hypothèse d'un festival exclusivement *online*. Une forme de référent centralisé commun reste nécessaire

pour conditionner les sentiments d'appartenance. Les démarches de dispersion géographique telles qu'entreprises notamment par le Festival de Kinotayo restent, par-delà la symbolique d'innovation développée dans leurs démarches communicationnelles, relativement conformes à des entités spectatoriennes et festivières « traditionnelles ». Si évolution de la forme festivière il y a, il ne s'agit en aucun cas d'une révolution : elle s'ancre nécessairement dans des structures et représentations préexistantes. C'est ainsi une dynamique de reconfiguration multidimensionnelle de l'expérience collective cinématographique et festivière qui apparaît dans cette recherche. Entre sphère collective et sphère privée, entre imaginaires « traditionnels » et pratiques innovantes, cette reconfiguration ancre l'évolution des pratiques et représentations en régime numérique non dans une optique de rupture, mais bien dans une optique de *continuité*. Les outils numériques et leurs usages semblent être considérés avant tout comme des *extensions* et non des substituts.

Ces complexes interactions entre les imaginaires collectifs et individuels, les usages des terminologies et la nature même des formes socioculturelles restent un enjeu essentiel pour les développements à venir de notre problématique. A l'heure où se pose de manière renouvelée la problématique du développement durable se pose donc également celle, dont les enjeux se trouvent multipliés en régime numérique, de ce que Gregory Bateson a nommé « l'écologie de l'esprit » : « la culture et le partage des expériences, des savoirs, des émotions et des idées » (Amar, 2010, p. 206).

L'enquête au Marché du Film de Cannes en 2011 nous a permis de constater, comme nous l'avons vu plus tôt dans cette recherche, qu'une majorité des usagers considère, sans pour autant être en mesure d'en identifier la nature ou la forme, qu'une évolution d'ampleur est en train de se produire et se structurera d'une manière directement observable dans les années à venir. Il ne s'agit bien entendu pas d'un élément pouvant être traité ici scientifiquement, cette recherche ne s'ancrant pas dans une logique de prospective. Toutefois, la réflexivité et l'expertise inhérentes au statut professionnel de ces usagers nous conduit à émettre l'hypothèse qu'il ne s'agit pas là d'une simple reproduction passive de rhétoriques médiatiques socialement dominantes, d'autant que tous les usagers s'ancrant dans la perspective ici évoquée préfèrent bien la terminologie *évolution* à celle de *révolution*. Les évolutions en régime numérique des années 2000 ne

seraient, selon cette perspective, qu'une zone de transition vers un réel changement de paradigme sociétal qui ne prendrait sa pleine ampleur que dans une temporalité plus étendue. Il est toutefois à noter, par-delà cette idée, que le décalage constaté chez les usagers du Marché du Film de Cannes entre cette idée d'un « grand changement à venir » – pour reprendre l'expression d'un des usagers de l'échantillon 2011 – et la nuance apportée dans l'ensemble des cas par la terminologie « évolution » illustre les phénomènes de confusion pouvant être générés, dans les représentations des individus, par le développement rapide des technologies numériques et de leurs enjeux, pouvant mener les discours émis jusqu'à un aspect éminemment auto-contradictoire.

La temporalité spécifique dans laquelle s'ancre notre étude constitue donc à la fois une position privilégiée mais également un obstacle d'importance pour l'analyse de l'évolution des pratiques collectives festivalières et cinématographiques en régime numérique. Le manque de recul analytique permet ainsi de saisir la complexité de ces évolutions « à chaud » tout en rendant extrêmement difficile, à ce stade, leur mise en perspective. La notion de *zone d'inertie* concernant la cristallisation dans les pratiques des individus des évolutions technologiques et culturelles, telle que développée dans le cadre de notre enquête au Marché du Film de Cannes, illustre cet arbitraire temporel ainsi que les modalités fluctuantes de sa visibilité. C'est cet arbitraire qui nous a conduit à exclure toute dimension définitive de cette recherche, tout en nous permettant de mettre en place des outils d'analyse adaptés et d'interroger des pistes que nous pensons pertinentes pour appréhender notre problématique dans de futurs développements. Reste donc, comme nous l'avons déjà évoqué à plusieurs reprises, à compléter et poursuivre la présente recherche par des enquêtes ultérieures, ancrées dans une temporalité plus vaste qui permettra de saisir, avec un recul heuristique pour l'analyste, la portée effective des dynamiques ici identifiées et esquissées.

INDEX DES TERMES TECHNIQUES

Blockbuster : film de divertissement à gros budget et à large diffusion dont le format apparaît dans les années soixante-dix avec la sortie des *Dents de la Mer* (Steven Spielberg, 1975) et de *Star Wars* (George Lucas, 1977).

Cinando : site web et principale base de données professionnelle pour l'industrie du cinéma en Europe. Comporte une plateforme streaming et fonctionne sur le mode d'un réseau social virtuel. Outil essentiel pour tous les professionnels participant au Marché du Film de Cannes.

Cloud Computing / Cloud Surfing : stockage généralisé de données par les Internauts sur des serveurs informatiques distants et non plus, comme traditionnellement conçu, sur des serveurs locaux ou le poste individuel de l'utilisateur.

Digital Natives : individus ayant grandi dans un environnement numérique pouvant comporter ordinateurs, Internet, téléphones mobiles et accès aux contenus dématérialisés. Désigne généralement les individus nés à partir du début des années 80 et témoignant d'une aisance particulière dans l'appréhension des évolutions technologiques.

Digital Library : section du *Short Film Corner* – au Marché du Film de Cannes – proposant des box individualisés de visionnage permettant aux professionnels de parcourir le catalogue numérique de courts-métrages présentés lors de chaque édition.

Mash-up : procédé consistant à assembler des images et sons préexistants, issus de sources diverses, afin de créer une œuvre nouvelle.

Mini Screening Rooms : section du *Short Film Corner* – au Marché du Film de Cannes – proposant des salles collectives de visionnage à la capacité modeste, ne dépassant généralement pas dix places.

Projection en relief stéréoscopique : autre appellation de ce qui est communément qualifié de « relief cinématographique » ou de « 3D – Trois dimensions ». Procédé permettant, lors du visionnage d'un film, de créer l'illusion visuelle d'un relief de l'image.

Régime numérique : désigne, dans le cadre de cette recherche, une double dynamique. D'une part, les modèles économiques et organisationnels s'étant cristallisés autour des évolutions des outils numériques dans les industries culturelles et les différentes sphères sociales au sens large. D'autre part, les pratiques et représentations individuelles s'étant structurées autour de ces modèles évolutifs.

Screenner : désigne la copie d'un contenu audiovisuel sur support physique (VHS, DVD, Blu-ray), mise à disposition par les sociétés cinématographiques et studios dans une visée professionnelle de promotion de leurs films.

Short Film Corner : espace du Marché du Film de Cannes consacré aux courts-métrages et aux échanges professionnels développés autour.

Smartphone : téléphone mobile qualifié « d'intelligent », proposant des fonctionnalités de relai numérique individuel multimédia avec notamment un accès Internet.

Streaming : système numérique de visionnage vidéo *online*, ne permettant pas aux Internaute de s'approprier le contenu visionné.

Video on Demand : littéralement, « vidéo à la demande ». Système payant et numérique de visionnage cinématographique ponctuel via Internet.

Vlog : abréviation de « Videoblog ». Désigne une chronique vidéo créée par l'auteur d'un blog afin de communiquer avec ses visiteurs.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

ALLARD Laurence, « Pragmatique de l'Internet mobile – Technologies de soi et culture du transfert », in DERVIN Fred, ABBAS Yasmine (dir.), *Technologies numériques du soi et (co)constructions identitaires*, L'Harmattan, col. « Questions contemporaines », Paris, 2009

AMAR Georges, *Homo Mobilis, le nouvel âge de la mobilité. Eloge de la reliance*, FYP Editions, col. « Présence / Essai », 2010

ARENDT Hannah, *Condition de l'homme moderne*, Plon, col. « Agora », Paris, 1994

ARENDT Hannah, *La crise de la culture*, Gallimard, Paris, 1972

ASIMOV Isaac, SIMAK Clifford D., SRAGUE DE CAMP L., BRADBURY Ray, BLOCH Robert, STURGEON Théodore, WYNDHAM John, LEIBER Fritz, *Le temps sauvage*, compilation de nouvelles, Bibliothèque Marabout, 1971

BARTHES Roland, *L'aventure sémiologique*, Seuil, col. « Points Essais », 1991

BARTHES Roland, *Mythologies*, Seuil, col. « Points Essais », 1970

BATESON Gregory, *Vers une écologie de l'esprit*, Seuil, col. « Points Essais », 1995

BEAU Frank, DUBOIS Philippe, LEBLANC Gérard (dir.), *Cinéma et dernières technologies*, De Boeck Université, col. « Arts et cinéma », 1998

BEAU Franck, *Culture d'Univers*, FYP éditions, 2008

BECKER Howard, *Les mondes de l'art*, Flammarion, col. « Champs Arts », 2006

BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Allia, Paris, 2003

BENNAHUM David S., *Extra life : coming of age in cyberspace*, Basic Books, 1998

BERGER Peter & LUCKMANN Thomas, *La Construction sociale de la réalité*, Masson/Armand Colin, Paris, 1996

BLANCHET Alain, GOTMAN Anne, *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Armand Colin,

col. « 128 », 2010

BOUQUILLION Philippe, MATTHEWS Jacob T., *Le Web collaboratif – Mutations des industries de la culture et de la communication*, Presses Universitaires de Grenoble, col. « Communication en + », 2010

BOURDIEU Pierre, *La Distinction, critique sociale du jugement*, Minuit, col. « Sens commun », 1979

CARDON Dominique, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Seuil, col. « La République des idées », 2010

CARDON Dominique, GRANJON Fabien, *Médiactivistes*, Presses de Sciences Po, col. « Contester », 2010

CASILLI Antonio A., *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*, Seuil, col. « La couleur des idées », 2010

CAUNE Jean, *Pour une éthique de la médiation – Le sens des pratiques culturelles*, Presses Universitaires de Grenoble, col. « Communication, médias et sociétés », 1999

COULANGEON Philippe, *Sociologie des pratiques culturelles*, La Découverte, col. « Repères », 2005

CRETON Laurent, « Innovation technologique et discours promotionnels : les stratégies hollywoodiennes en question », in BEAU Frank, DUBOIS Philippe, LEBLANC Gérard (dir.), *Cinéma et dernières technologies*, De Boeck Université, col. « Arts et cinéma », 1998

CUCHE Denys, *La notion de culture dans les sciences sociales*, La Découverte, col. « Repères », Paris, 2004

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien*, Gallimard, Paris, 1990

DE CERTEAU Michel, « Pratiques d'espace » (IIIème partie), in *L'invention du quotidien. Arts de faire*, Paris, U.G.E, 1975

DE SINGLY François, *L'enquête et ses méthodes : le questionnaire*, Armand Colin, col. « 128 », 2008

DELAVAUD Gilles (dir.), *Nouveaux médias, nouveaux contenus*, Apogée, col. « Médias et nouvelles technologies », 2009

DERVIN Fred, ABBAS Yasmine (dir.), *Technologies numériques du soi et (co)constructions identitaires*, L'Harmattan, col. « Questions contemporaines », Paris, 2009

DONNAT Olivier & TOLILA Paul (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, Presses de Sciences Po, Paris, 2003

DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique – Enquête 2008*,

La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication, 2009

DURKHEIM Emile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Presses Universitaires de France, col. « Quadrige », 2003

DUVIGNAUD Jean, « Anomie et mutation sociale », in BALANDIER Georges (dir.), *Sociologie des mutations*, Anthropos, 1970

ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, La Découverte, col. « Repères », Paris, 2003

ETHIS Emmanuel, *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*, L'Harmattan, col. « Logiques sociales », 2006

ETHIS Emmanuel, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Armand Colin, col. « 128 – Sociologie », 2009

ETHIS Emmanuel, *Pour une po(i)étique du questionnaire en sociologie de la culture. Le spectateur imaginé*, L'Harmattan, col. « Logiques sociales », Paris, 2004

ETHIS Emmanuel, « La forme festival à l'œuvre : Avignon, ou l'invention d'un public-médiateur », in DONNAT Olivier & TOLILA Paul (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, Presses de Sciences Po, Paris, 2003

ETHIS Emmanuel, FABIANI Jean-Louis, MALINAS Damien, *Avignon ou le public participant – Une sociologie du spectateur réinventé*, L'Entretiens, col. « Champ Théâtral », Montpellier, 2008

ETHIS Emmanuel, FABIANI Jean-Louis, MALINAS Damien, « Rituels festivaliers & réception des œuvres », in DUTHEIL PESSIN Catherine, PESSIN Alain, ANCEL Pascale (dir.), *Rites et rythmes de l'œuvre*, tome II, L'Harmattan, col. « Logiques Sociales », 2005

ETHIS Emmanuel (dir.), *Avignon, le public réinventé – Le Festival sous le regard des sciences sociales*, La Documentation française, Paris, 2002

ETHIS Emmanuel (dir.), *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, La Documentation française, col. « Questions de culture », 2001

FABIANI Jean-Louis, *Après la culture légitime – Objets, publics, autorités*, L'Harmattan, col. « Logiques sociales », 2007

FABIANI Jean-Louis, *L'éducation populaire et le théâtre. Le public d'Avignon en action*, PUG, col. « Art culture publics », 2008

FERRO Marc, *Cinéma et histoire*, Gallimard, col. « Folio / Histoire », 1993

FLEURY Laurent, « Efficacité des pratiques rituelles et temporalité des pratiques culturelles », in DUTHEIL PESSIN Catherine, PESSIN Alain, ANCEL Pascale (dir.), *Rites et rythmes de l'œuvre*, tome II, L'Harmattan, col. « Logiques Sociales », 2005

- FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Armand Colin, col. « 128 – Sociologie », 2006
- FORD Rob, WIEDERMANN Julius, *Le livre des études de cas Internet*, Taschen, 2010
- GOFFMAN Erving, *Behavior in public places*, Free Press, New York, 1963
- GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne – Tome 2 : Les relations en public*, Editions de Minuit, 1973
- GOODY Jack, *La raison graphique – La domestication de la pensée sauvage*, Editions de Minuit, col. « Le sens commun », 1979
- GRANAI Georges, *Techniques de l'enquête sociologique*, in GURVITCH George, *Traité de sociologie*, Tome 1, Presses Universitaires de France, Paris, 1967
- GRARD Julien, *Devoir se raconter. La mise en récit de soi, toujours recommencée*, in FASSIN D. & BENZA A. (dir.), « Les politiques de l'enquête. Epreuves ethnographiques », La Découverte, Paris, 2008
- GREFFE Xavier, SONNAC Nathalie (dir.), *Culture Web – Création, contenus, économie numérique*, Dalloz-Sirey, 2008
- HABERMAS Jürgen, *L'espace public*, Payot, col. « Critique de la politique », 1988
- HERBERT Frank, *Dune*, Pocket, col. « Pocket Science-fiction », 2005
- HIRSCHMAN Albert O., *Bonheur privé, action publique*, Hachette Littératures, col. « Pluriel Sociologie », 2006 (1982)
- INNIS Harold, *The bias of communication*, University of Toronto Press, 1951
- JOSEPH Isaac, *Le passant considérable : essai sur la dispersion de l'espace public*, Librairie des méridiens, col. « Sociologie des formes », 1984
- JULLIER Laurent, *Interdit aux moins de 18 ans – Morale, sexe et violence au cinéma*, Armand Colin, col. « AC.Universitaire », 2008
- KALTENBACH Laure, JOUX Alexandre, *Les nouvelles frontières du Net – Qui se cache derrière Internet ?*, First, col. « Société », Paris, 2010
- LAHIRE Bernard, *L'homme pluriel : les ressorts de l'action*, Hachette Littératures, col. « Pluriel », 2006
- LAMIZET Bernard, *Histoire des médias audiovisuels*, Ellipses Marketing, col. « Infocom », 1999
- LAMIZET Bernard, *La médiation culturelle*, L'harmattan, Paris, 2000

LATOURE Bruno, *Aramis ou l'amour des techniques*, La Découverte, col. « Textes à l'appui / anthropologie des sciences et techniques », 1992

LEJEUNE Philippe, *L'ère autobiographique*, in « La sphère de l'intime », Actes Sud / Printemps de Cahors, col. « Photographie », 1998

LEVERATTO Jean-Marc, *Introduction à l'anthropologie du spectacle*, La Dispute, col. « Essais », Paris, 2006

LEVERATTO Jean-Marc, *La mesure de l'art. Sociologie de la qualité artistique*, La Dispute, col. « Essais », Paris, 2000

LEVI-STRAUSS Claude, *Paroles données*, Omnibus, col. « Plon », 1999

LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, *L'écran global : culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*, Seuil, col. « La couleur des idées », 2007

LUGAN Jean-Claude, *La systémique sociale*, Presses Universitaires de France, col. « Que sais-je ? », Paris, 2005

MAFFESOLI Michel, « De l'identité aux indentifications », in AUBERT Nicole (dir.), *L'individu hypermoderne*, Erès, col. « Sociologie clinique », 2004

MALINAS Damien, *Portrait des festivaliers d'Avignon : transmettre une fois ? Pour toujours ?*, PUG, col. « Art culture publics », 2008

MAUSS Marcel, *Sociologie et anthropologie*, PUF, col. « Quadrige Grands Textes », 2004 (1950)

MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les média. Les prolongements technologiques de l'homme*, Seuil, col. « Points Essais », 1977 (1964)

MERLEAU-PONTY Maurice, *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard, 1945

METZ Christian, *Le signifiant imaginaire*, Christian Bourgois, col. « Choix Essais », 2002

MILLERAND Florence, PROULX Serge, RUEFF Julien (dir.), *Web social – Mutation de la communication*, Presses de l'Université de Québec, col. « Communication », 2010

MORIN Edgar, *La complexité humaine*, Flammarion, col. « Champs », 1998

MORIN Edgar, *La Méthode*, Seuil, col. « Opus », 2008

MORIN Edgar, *L'esprit du temps*, Armand Colin, col. « Médiacultures », Paris, 2009

MUCCHIELLI Alex, *Les sciences de l'information et de la communication*, Hachette Supérieur, col. « Les fondamentaux sciences humaines », 2006

NEGRIER Emmanuel, JOURDA Marie-Thérèse, *Les nouveaux territoires des festivals*, Michel de Maule / France Festivals, 2007

NINEY François, « Y aurait-il un cinéma sans cadre ? », in BEAU Frank, DUBOIS Philippe, LEBLANC Gérard (dir.), *Cinéma et dernières technologies*, De Boeck Université, col. « Arts et cinéma », 1998

PASQUIER Dominique, *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Armand Colin, col. « Médiacultures », 2005

PASSERON Jean Claude, *Le raisonnement sociologique. L'espace non-poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan, col. « Essais et recherches », 1991

PEQUIGNOT Bruno, *Sociologie des arts*, Armand Colin, col. « 128 – Domaines et approches », 2009

PEQUIGNOT Bruno, *Pour une sociologie esthétique*, L'Harmattan, col. « Logiques Sociales », 1993

PERRIAULT Jacques, *La logique de l'usage*, Paris, Flammarion, 1992

PREDAL René, *Le cinéma à l'heure des petites caméras*, Klincksieck, 2008

PROULX Serge, POISSANT Louise, SENEAL Michel, *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Presses de l'Université de Laval, Québec, 2007

PROUST Serge, « La domestication du corps du spectateur », in DUTHEIL PESSIN Catherine, PESSIN Alain, ANCEL Pascale (dir.), *Rites et rythmes de l'œuvre*, tome II, L'Harmattan, col. « Logiques Sociales », 2005

RIFFATERRE Michel, *La production du texte*, Paris, Seuil, 1979

ROSA Harmut, *Accélération : une critique sociale du temps*, La Découverte, col. « Théorie critique », 2010

SCHERER Eric, *La révolution numérique – Glossaire*, sous la direction de PISIER E. & DUHAMEL O., Dalloz, col. « A savoir », 2009

SIMMEL Georg, *La tragédie de la culture*, Rivages / Poche, Paris, 1988

SMITH Adam, *Théorie des sentiments moraux*, Presses Universitaires de France, col. « Quadrige », 2003

TAYLOR Charles, *Multiculturalisme – Différence et démocratie*, Flammarion, col. « Champs », 1999

THÉVENIN Olivier, *Sociologie d'une institution cinématographique : la S.R.F. et la Quinzaine des réalisateurs*, L'Harmattan, col. « Logiques sociales », 2009

VEYNE Paul, *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ?*, Seuil, col. « Points Essais », 1983

VOISENAT Claudie, LAGRANGE Pierre, *L'ésotérisme contemporain et ses lecteurs : entre savoirs, croyances et fictions*, Bibliothèque publique d'information du Centre Pompidou, col. « Etudes et recherche », 2006

WARNIER Jean-Pierre, *La mondialisation de la culture*, La Découverte, col. « Repères », Paris, 1999

WIEVIORKA Michel (dir.), *Une société fragmentée ? Le multiculturalisme en débat*, Paris, La Découverte, 1997

WINKIN Yves, *Anthropologie de la communication – De la théorie au terrain*, De Boeck / Seuil, col. « Points Essais », 2001

WOLTON Dominique, *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*, Flammarion, col. « Documents », 1992

ZIZEK Slavoj, *La subjectivité à venir*, Flammarion, col. « Champs », 2006

Articles scientifiques

AKRICH Madeleine, « Comment décrire les objets techniques ? », in *Technique et Culture*, n°9, 1987, pp. 49-64

ALLARD Laurence, « Cinéphiles à vos claviers ! », in *Réseaux*, n°99, CENT/Hermès Science Publications, 2000

ALLARD Laurence, « Termitières numériques : les blogs comme technologies agrégatives du soi », in *Multitudes* n°21, Été 2005

ALLARD Laurence, « Vers la fin programmée du spectateur : télévision et nouveaux médias », in *Esprit* n°239, Décembre 1997

ALTHABE Gérard, « L'ethnologie urbaine : ses tendances actuelles », in *Terrain*, n°3, Octobre 1984

AUBERT Jean-Paul, « Du cinéophile au vidéophage : naissance d'un nouveau spectateur », in *Cahiers de narratologie*, n°11, 1^{er} Janvier 2004

BEAUDOIN V., VELKOVSKA J., « Constitution d'un espace de communication sur l'Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », in *Réseaux*, n°97, *Internet, un nouveau mode de communication ?*, 1999

BOULLIER D., CHARLIER C., « A chacun son Internet. Enquête sur les usages ordinaires », in Réseaux, n°86, *Les usages de l'Internet*, Novembre-Décembre 1997

COUCHOT Edmond, « La critique face à l'art numérique : une introduction à la question », in Solaris, n°7, Décembre 2000 – Janvier 2001

DAVALLON Jean, « La sociologie de la réception au musée. Jean-Claude Passeron, Emmanuel Pedler : *Le temps donné aux tableaux* », in Publics et Musées, vol. 3, n°1, 1993, pp. 159-161

DELFAU Gérard, « Le positivisme, l'histoire de la critique et nous », in Persée, Vol. 8, n°21-22, 1978, p. 234-236

DONNAT Olivier, « Pratiques culturelles et usages d'Internet », in Culture études, n°3, Novembre 2007

ESQUENAZI Jean-Pierre, « Le film, un fait social », in Réseaux, n°99, CENT/Hermès Science Publications, 2000

ETHIS Emmanuel, « Le cinéma et l'empreinte du temps. L'œuvre filmique au crible de la réception spectatorielle », in Protée, vol. 27, n°2, 1999

ETHIS Emmanuel, « Le spectateur devenu expert. Les nouvelles technologies changent le regard porté sur les oeuvres », in Libération, 16 Mai 2007

ETHIS Emmanuel, « Le cinéma, cet art subtil du rendez-vous », in Communication et langages, n°154, Paris, Armand Colin, Décembre 2007

GOLDMANN Annie, « Quelques problèmes de sociologie du cinéma », in Sociologie et sociétés, vol. 8, n°1, *Pour une sociologie du cinéma*, Avril 1976

HEAS Stéphane, POUTRAIN Véronique, « Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet », in ethnographiques.org, n°4, Novembre 2003

HERT Philippe, « Internet comme dispositif hétérotropique », in Hermès, n°25, 1999

JOSEPH Isaac, « L'espace public et le visible », in Architecture et Comportement, vol. 9, n°3, 1993, p. 397-401

LACOUR Philippe, « Penser par cas, ou comment remettre les sciences sociales à l'endroit », in EspacesTemps.net, Il paraît, 31 Mai 2005

MALINAS Damien, ZERBIB Olivier, « Les cicatrices cinéma(photo)graphiques des spectateurs cannois », in Protée, vol. 31, n°2, Automne 2003

MANOVICH Lev, *The Poetics of Augmented Space : Learning from Prada*, 2005 (2002), http://www.manovich.net/DOCS/augmentez_space.doc

MATTELART Armand, NEVEU Erik, « Cultural Studies' stories : la domestication d'une

pensée sauvage ? », in Réseaux, n°80, CENT, 1996

MEUNIER Jean-Pierre, « Dispositif et théories de la communication : deux concepts en rapport de codétermination », in Hermès, n°25, 1999

MONTEBELLO Fabrice, « Usages sociaux et usages populaires du cinéma : la question des amateurs », in Iris, n°17, *Spectateurs et publics de cinéma*, Automne 1994

ODIN Roger, « Du spectateur fictionnalisant au nouveau spectateur : approche sémio-pragmatique », in Iris, n°8, 1988

ODIN Roger, « La question du public : approche sémio-pragmatique », in Réseaux, n°99, CENT/Hermès Science Publications, 2000

PÂQUET Andréanne, « Un regard anthropologique sur le rituel de la salle obscure », in Cahiers du Gerse, n°5, Automne 2003

PEETERS Hugues, CHARLIER Philippe, « Contributions à une théorie du dispositif », in Hermès, n°25, 1999

POGGI Marie-Hélène, « La ville mise en mouvement par le cinéma : genèse des formes spatiales et urbaines d'un festival », in Protée, vol. 31, n°2, 2003, p. 7-16

RIVIERE Carole-Anne, « La pratique du mini-message. La double stratégie d'extériorisation et de retrait de l'intimité dans les interactions quotidiennes. », in Réseaux, n°112-113, Hermès Science Publications, 2002

THOUARD Sylvie, « Emergence d'espaces semi-publics », in MédiaMorphoses, n°18, Armand Colin-INA, 2006

Revue, études, rapports & dossiers

Dossier *Les migrants connectés – T.I.C., mobilités et migrations*, Réseaux, La Découverte, Février – Mars 2010

Dossier *Nouvelles réflexions sur l'Internet*, Réseaux, La Découverte, n°124, 2004/2

Dossier *L'expérience d'aller au cinéma – Espace, cinéma et médiation*, Cahiers du Gerse, n°5, Charles Perraton, Automne 2003

Dossier « Technique et esthétique », in Le Portique, n°3, 1999

Dossier « Le spectateur introuvable », in MédiaMorphoses, n°18, 2006

Etude « L'audience de l'Internet en France », Médiamétrie, Avril 2010

Etude « Mobile Consumer Insight », Médiamétrie, Mai 2010

Rapport « La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française », Art-Credoc, Juin 2008

Rapport « Le web participatif et les contenus créés par les utilisateurs : Web 2.0, wikis et réseaux sociaux », OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques), <http://www.oecd.org/dataoecd/51/62/40942902.pdf>

Revue « Culture et Musées », n°7, Actes Sud, Juin 2006 : ETHIS Emmanuel, FABIANI Jean-Louis (dir.), *Figures du corps au cinéma*

Articles journalistiques

CARRIERE Christophe, « Braderie sur la Croisette », L'Express, 12 Juin 2010

GUILLAUD Hubert, « Comment Internet modifie-t-il notre rapport au réel ? », InternetActu, 12 Février 2010

GUILLAUD Hubert, « 10 technologies émergentes pour 2010 », Le Monde, 23 Avril 2010

FABRE Clarisse, « Le délicat passage au numérique des petits exploitants de salles », Le Monde, 19 Janvier 2010

FABRE Clarisse, « Le plan B du CNC pour le passage des salles de cinéma au numérique », Le Monde, 25 Février 2010

FERENCZI Aurélien, « Pourquoi le cinéma ne s'est jamais aussi bien porté », in Télérama n°3079, 14 Janvier 2009

LHERM Sophie, « Internet, un autre lien social ? », in Télérama, n°3172, 27 Octobre 2010

MESSINA Chris, ENGSTRÖM Jyri, « Le Web à une nouvelle croisée des chemins », in Blog Kryzalid, traduit de l'anglais par HENRI Charles, 24 Septembre 2009

PERSON Philippe, « Cannes, un festival qui tourne à vide », in Le Monde Diplomatique, Mai 2006, p. 36, <http://www.monde-diplomatique.fr/2006/05/PERSON/13458>

Interview du réalisateur Jérôme SALLE, in Premiere, n°390, Août 2009

Sites web

Centre National du Cinéma et de l'image animée : www.cnc.fr

Dynamics of World Cinema : <http://www.st-andrews.ac.uk/~worldcin/>

Festival Pocket Film : <http://www.festivalpocketfilms.fr/>

Institut National de l'Audiovisuel : www.ina.fr

Kryzalid : <http://www.kryzalid.net/blogue/>

La Documentation française : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/>

Le Monde : www.lemonde.fr

Power to the Pixel (premier forum du cinéma cross-media à Paris : création, financement, distribution) : <http://www.powertothepixel.com/>

Socioblog d'Emmanuel Ethis : <http://ethis-e.blogspot.com/>

The Spoony Experiment, critique cinématographique et multimédia : www.spoonysperiment.com

That guy with the glasses, plateforme collective de critiques multimédia *online* : www.thatguywiththeglasses.com

Colloques, séminaires & journées d'étude

Colloque interprofessionnel « Cinéma et diffusion numérique », 24 Septembre 2009, dans le cadre du Festival *Cinéma Nouvelle Génération* (Lyon)

Journée d'étude « Les publics du cinéma à l'heure du numérique », 12 Janvier 2010, organisé par l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et Cinémas du Sud, en partenariat avec le GNCR (Groupement National des Cinémas de Recherche) et le Laboratoire Culture et Communication.

Séminaire ANR *Le travail artistique en régime numérique*, Paris, Laboratoire Georges Friedmann, Juin 2010. Contribution de PRIOR Nick, « Le numérique, un concept protéiforme ».

Séminaire « Cinéma, musique, arts et médias, les nouvelles formes de l'échange culturel », 16 Septembre 2003, organisé par *L'Exception* – Groupe de réflexion sur le cinéma – avec le concours du GRIOM – Groupe de Recherche Interdisciplinaire sur les Objets Multimédia)

Divers

BEITONE Alain, « Les pratiques culturelles : déterminisme et interaction », Juillet 2006, <http://www.aix-mrs.iufm.fr/formations/filieres/ses/fc/pratiquesculturelles.pdf>

MANOVICH Lev, « The poetics of augmented space », 2002, http://www.manovich.net/DOCS/augmentez_space.doc

MARTIN Pascal, « Dernières technologies : le rapport à l'image. Une mutation importante souvent minimisée », http://www.visiotice.fr/ARTEMIS/hermes/hermes/actes/ac2001/rapimage_martin.htm#

MENRATH J., JARRIGON A, étude « Les chiffres-clés du mobile », commandée par l'Association Française des Opérateurs Mobiles en 2007, 3^{ème} enquête TNS-Sofres-AFOM

NOWOTNY Stefan, « La condition du devenir-public », Septembre 2003, <http://eipcp.net/transversal/1203/nowotny/fr/print>

ODIN Roger, « Le Pocket Film Spectateur », Mai 2009, <http://www.festivalpocketfilms.fr/communaute-42/reflexions/article/le-pocket-film-spectateur-par>

RHEAUME Jacques, « Les hypertextes et les hypermédias », Faculté des sciences de l'éducation, Université Laval, <http://www.site.fse.ulaval.ca/reveduc/html/vol1/no2/heth.html>