

LE FILM EN DEVENIR

« Le film en devenir » et non « Que va devenir le film ? » Faut-il entendre par cette formule que le film doit devenir « ce qu'il est » (Nietzsche) ? Non, le film n'est rien d'autre, dans des conditions historiquement déterminées, que l'expression des désirs et des besoins qu'il cristallise, désirs et besoins eux-mêmes fortement différenciés selon les communautés de producteurs et de spectateurs envisagées. Et surtout : selon qu'il sert à passer le temps ou qu'il contribue à le recomposer.

S'interroger sur le devenir d'un phénomène, c'est aussi s'interroger sur le devenir de sa propre écriture comme de toute écriture prospective, une écriture tendue entre l'ancien (c'est-à-dire l'actuel) et le nouveau en voie d'émergence. Il ne faut pas se tromper d'iceberg, il ne faut pas non plus se tromper de style. Que cela ne nous empêche pas de prendre quelques risques, à l'amusement possible des générations futures.

Les scénarisations du futur prennent désormais une importance à la mesure de son caractère imprévisible. Elles s'accélèrent. Dans une fuite en avant de plus en plus précipitée, il faut vivre le présent comme un futur en voie de réalisation ou déjà réalisé, ce qui évacuerait la notion même de présent. L'obsolescence des comportements qui n'intégreraient pas le futur est soulignée jusqu'au ressassement. Nous sommes perpétuellement projetés en avant, dans un ailleurs de plus en plus hypothétique et, pour le coup, de plus en plus virtuel. Le futur est ce qui permet d'échapper aux contradictions du présent dans une instantanéité qui prend la pensée de vitesse.

Quoi de neuf, docteur ? Encore et toujours, les dernières technologies commercialisées sur le marché. Ce sont elles qui font bouger nos modes de vie et nous permettent de conjuguer le présent au futur. Ce sont elles qui nous promettent un avenir meilleur si, du moins, les contradictions de notre société mondialisée leur laissent le temps de produire leurs effets.

Les nouveaux supports, et le téléphone portable est souvent mis en avant à ce sujet, présupposeraient (détermineraient) une nouvelle façon de concevoir les films et de les recevoir. Pour ce qui est de la conception, il ne suffit pas de le dire pour le faire. Au hasard des manifestations ou festivals organisés par les opérateurs, vous vous trouvez confrontés, aussi tremblés soient-ils, à de très anciens mouvements ou usages d'appareil : travellings et panoramiques baladeurs. Voici qu'un champ contre - champ structure une narration qui ne doit pas dépasser une minute (c'est la règle du jeu). Nul ne soutiendra que cette figure on ne peut plus « classique » de la narration cinématographique soit une invention du mobile. Reste l'attrait toujours publicitairement intact de la nouveauté. Mais ce n'est là qu'un mot ou plutôt un slogan.

La nouveauté, il ne faut pas la chercher dans le film achevé. La nouveauté, c'est qu'une image, fixe ou animée, puisse se prendre et s'échanger comme une phrase de dialogue, non de théâtre, mais de conversation. On retrouve ici, étendue à de nouvelles fonctions, le rôle joué par le téléphone dans les échanges intersubjectifs. Est-ce d'ailleurs une image ? Plutôt la trace d'un désir d'image ou plus exactement encore la trace d'un désir *social* d'image voire l'expression d'une simple *convention sociale*. Les deux désirs sont loin de se recouvrir. Le désir social d'image n'est pas la manifestation d'un désir d'expression individuelle mais celle de se conformer à la norme. Qui n'a pas d'images de soi à montrer en société (la société prendrait-elle figure de *Facebook*) n'existe guère socialement aujourd'hui, je veux dire à ses propres yeux. Ces images ne sont ni construites, ni composées. Elles témoignent au mieux

d'une sensation projetée dans une prise de vue, au pire d'une saisie mécanique de ce qui se trouve à cet instant devant l'appareil. Ces images ne parleront qu'à ceux à qui je parle déjà. Ce n'est pas qu'elles se distinguent beaucoup des images captées dans les mêmes conditions par n'importe qui mais pour s'y intéresser, il faut s'intéresser à moi. Elles s'intègrent à la conversation que j'ai avec ceux et celles qui me sont proches ou qui se trouvent dans ma zone d'influence, à moins qu'il ne s'agisse seulement de faire nombre (combien avez-vous « d'amis » ?). Elles s'effacent et s'oublient aussi aisément que la parole s'envole. La vacuité est de plus en plus bardée d'artefacts techniques.

D'autres usages, pour n'avoir pas été pensés par les constructeurs (mais il en va de même pour toutes les innovations techniques), ne s'en imposent pas moins un peu partout. Ces images peuvent aussi témoigner de l'état du monde, de tous les mondes possibles, publics aussi bien que privés, en des lieux où les caméras sont jugées indésirables et par conséquent interdites. Le téléphone portable, dans sa fonction photo et vidéographique, échappe alors à l'occupationnel et à la vacuité. Il fait accéder au visible, et à un visible partageable, ce qui, selon les pouvoirs en place (et il ne s'agit pas seulement des pouvoirs d'état), n'aurait jamais dû être montré. Dans des sociétés fondées sur la censure et l'opacité, le visible peut conditionner l'existence de certains phénomènes dans la mesure même où leur existence serait niée en l'absence de *preuves* par l'image.

On ne se préoccupe guère de caractériser l'ancienne façon de produire et de recevoir des images, sinon par un discours très général sur la fameuse passivité supposée de l'ancien spectateur et sur son absence de liberté. Pire encore : loin d'être abandonnée, la norme statistique sort renforcée de l'évolutionnisme technologique, même si elle repose aujourd'hui sur des publics de plus en plus segmentés, répartis en catégories issues du marketing. Il est clair que nous ne sommes pas tous des nomades, même si le nomadisme constitue une des catégories vedettes de la nouvelle typologie des consommateurs d'images.

Les loisirs cinématographiques de masse auraient-ils vécu ? Oui, si l'on considère que quelques films seulement, généralement des superproductions, réunissent de vastes foules de consommateurs dans les salles de cinéma. Des films que des budgets marketing de plus en plus hypertrophiés promeuvent comme ceux qu'il faut absolument avoir vus pour ne pas mourir idiots ou pour continuer à vivre idiots, comme on voudra. La consommation du film en salle n'a plus depuis longtemps la belle amplitude et régularité de celle des années 1950. Le spectateur de base, et de masse, ne va plus au cinéma une fois par semaine comme l'usage s'en était alors répandu. La fréquentation est devenue irrégulière, concentrée autour de quelques opérations événementielles dont les ondes de choc se répercutent et se déclinent en de multiples produits dérivés, à commencer par les jeux vidéo. La consommation ordinaire des films est devenue plus individuelle et ne se réduit plus à la salle de cinéma, même si celle-ci fait toujours partie de la panoplie des écrans disponibles.

La contradiction entre le cinéma comme loisir de masse, circonscrit à la salle de cinéma, et la consommation individualisée de films sur des supports différenciés et dont le nombre ne cesse de croître, est très intéressante à analyser. Elle semble signifier de prime abord, à partir d'une liberté accrue dans le choix des supports et des contextes de réception, une liberté accrue dans le choix des films. Le film s'est séparé du support exclusif de la salle de cinéma. Le choix du film semble alors devenir déterminant.

On sait pourtant que ce choix est largement illusoire, comme est illusoire la liberté du téléspectateur de pouvoir composer à son gré sa propre grille de programmes comme certains opérateurs lui en font la promesse. Il existe une masse de films et de programmes disponibles et une seule. C'est à l'intérieur de cette masse disponible que le spectateur est appelé à exercer sa liberté de choix,

Autrement dit, il faut qu'un programme ait été sélectionné comme tel par les différentes catégories de diffuseurs institutionnalisés pour qu'il fasse partie des programmes disponibles. Et pour qu'un film soit choisi par un spectateur, même curieux, il faut qu'il accède à un certain seuil de visibilité. Un film peut être disponible sur tel ou tel site sans être visible pour autant.

L'acte de choisir revêt donc un double aspect : la possibilité de choisir un film en fonction de ses goûts ou préférences et non en fonction de choix déjà effectués par les instances autorisées (commerciales, journalistiques ou critiques) ; l'existence et l'accès à des banques de données qui permettent d'opérer des choix à partir de l'ensemble des films existants, quelles que soient leurs conditions de production et de diffusion (1).

Néanmoins, cette situation nouvelle accentue la contradiction entre la norme statistique, qui continue à prévaloir, et la demande individuelle, de plus en plus sollicitée. Elle incite le spectateur à mieux définir ses attentes en matière de films et peut-être à s'interroger sur ce qu'il y a de spécifique et plus précisément de *singulier* et peut-être d'irremplaçable dans sa relation au film à présent qu'elle ne transite plus exclusivement par la salle de cinéma, c'est-à-dire à présent que le spectateur n'est plus contraint, par le dispositif de projection lui-même, à suivre un programme du début à la fin.

Du temps de la splendeur du cinéma comme principal, voire exclusif, loisir de masse, la sortie cinéma (en famille, en groupe ou en amoureux) l'emportait sur le choix du film. On allait de toute façon dans la salle où l'on avait ses habitudes. Pas davantage que son film, on ne choisissait sa salle. C'était le principe de la salle de quartier, toujours la même, où l'on se rendait chaque semaine. On faisait confiance à l'exploitant. On pouvait être déçu par un film mais le film suivant effacerait cette déception. De toute façon, il n'était pas question de changer de salle.

Les dispositifs de réception sont désormais pluriels et l'emportent sur les dispositifs de production. La planète audio-visuelle tourne autour d'un nouveau soleil, le consommateur-spectateur. C'est lui qui permet à un film d'exister, ne serait-ce qu'en faisant la demande (VOD). Où il veut, quand il veut, comme il veut, avec quel film il veut. C'est encore lui qui a le choix des supports (l'ordinateur, les écrans de la télévision – petits, moyens ou grands -, les écrans de cinéma – petits, moyens ou grands -, le téléphone portable dénommé mobile, lui aussi de dimension variable et évolutive). L'augmentation du nombre des écrans disponibles se double d'une offre croissante de programmes qui proposent au *spectateur* d'interagir avec eux. Sa créativité est valorisée. Des sites sont entièrement dédiés à cette créativité, *Daily Motion*, *You Tube* et consorts. N'importe qui peut déposer ses propres films sur ces sites, avec une chance qu'ils soient vus par d'autres dépositaires, tout aussi anonymes. Mais attention : ces films doivent être courts (ou présentés par extraits successifs) et, surtout, entrer dans des catégories préexistantes dont on s'étonnera à peine qu'elles reprennent telles quelles les découpages pré-Internet, de la comédie au film sexy. Sans parler de l'attraction exercée par les films « les plus vus », « les plus commentés » et autres clips branchés sur l'actualité la

plus superficielle qu'il soit possible de concevoir (les bavures de comportement et les écarts de langage).

Il est exact de constater que les sites d'échange et de partage augmentent la masse des films disponibles, intègrent des objets qui échappent en apparence à l'emprise institutionnelle. Mais pour faire saillie sur ces sites, pour prétendre à une certaine visibilité, il est nécessaire de cultiver le scoop, l'information - infraction et, plus généralement, les valeurs dominantes en matière de représentations audio-visuelles. L'ex-spectateur devenu créateur est amené à reproduire, avec des moyens économiques et techniques infiniment plus limités, les films qu'il est appelé à consommer habituellement. C'est l'amateur *imitatif* dont la créativité est sollicitée.

La mise en écran signée *Daily Motion* est certes lourde de sens. Votre film occupe la portion congrue de l'écran, celle d'une vignette. Autour de la vignette, des accroches publicitaires et en particulier, sur la droite, un autre clip lui aussi en forme de vignette sollicite votre attention en multipliant les saccades oculaires liées aux nombreux changements d'images. Si vous cliquez dessus, vous n'aurez aucune difficulté à obtenir instantanément le plein écran. Il est vrai que la pub est le prix à payer pour garantir l'indépendance du site, comme elle garantit l'existence – sinon l'indépendance – des sites les plus fréquentés.

Sur Internet, l'œil est sollicité en permanence de façon multiple et simultanée, Il ne s'agit plus de saccades oculaires mais de saccades de trajectoires. Occupé à parcourir l'écran d'un stimulus visuel à l'autre, l'œil éprouve les plus grandes difficultés à se constituer en regard. Il s'attarde rarement à questionner ce qu'il voit. Au mieux est-il amené à poser des questions qu'il tend à oublier au fil des amorces de réponses. Cela s'appelle la *navigation*.

Aucune image n'existe plus que relativement à d'autres, offertes sur le même écran. Des images ? Plutôt des esquisses d'images, quel que soit leur degré d'élaboration et d'achèvement. Aussitôt entrevues, aussitôt disparues. La proposition ne consiste pas à les combiner entre elles mais à les entraîner dans un mouvement général d'effacement et de substitution. Aucune n'a d'importance que dans la mesure où les autres pourraient tout aussi bien et tout aussitôt la remplacer à tout instant. Aucune image n'est véritablement nécessaire, la seule nécessité, c'est que des images, quelles qu'elles soient, et en nombre toujours croissant, naissent et disparaissent les unes dans les autres.

En réalité, les mêmes programmes sont supposés pouvoir circuler sur tous les écrans. Il en existe déjà un certain nombre mais il pourrait aussi bien n'en exister qu'un seul. Ce sont les contextes de mise en relation aux programmes qui font la différence. Un écran unique pourrait recevoir à lui seul toutes les propositions de programmes. Alors que les dispositifs cinématographique et télévisuel ont historiquement affirmé de fortes spécificités *différentielles*, ces spécificités ont aujourd'hui tendance à disparaître avec l'augmentation du nombre de dispositifs disponibles. Les programmes s'avèrent eux aussi de plus en plus nomades. Ils sont supposés pouvoir migrer sans dommage d'un dispositif à l'autre. Ils ne sont plus conçus pour un seul type de dispositif et de contexte de réception, ils peuvent s'adapter à tous et à chacun.

C'est aussi que la *forme brève* tend à s'imposer dans la consommation de tous les types de programmes, quelle que soit leur durée effective. Le *zapping télévisuel* avait ouvert la voie mais les nouveaux supports l'ont porté à un degré qualitativement supérieur. Il est possible de convoquer une émission de télévision sur son téléphone portable mais on la regardera

rarement dans son intégralité. On passera rapidement à un autre programme ou à une autre fonctionnalité du mobile. Car le zapping ne concerne plus seulement des programmes mais des fonctionnalités qui promettent à l'utilisateur de rester toujours (inter)actif dans la diversité des propositions qui lui sont faites.

Un petit écran à l'intérieur de sa main, comme une incrustation d'image. Comment voulez-vous comparer avec un écran de 40 m² dans une salle de cinéma géante ? Ou même avec les écrans de poche d'une multisalle ? Comment voulez-vous que les comportements soient les mêmes et, surtout, qu'ils signifient la même chose ?

Une image dans sa main, une image faite à sa main, et parfois par sa main. La main peut effacer à tout instant l'image sonore qui s'y évertue. Tout le pouvoir, semble-t-il, à l'utilisateur qui rejoue, dans des conditions très différentes, un rôle phare du répertoire cinématographique, celui de King Kong, avec la dodue et hurlante Fay Wray qui s'agite en vain au creux de sa paume.

Les nouveaux écrans domestiquent l'image. Ils ne marquent plus une discontinuité, festive ou quotidienne, dans la continuité temporelle. Les images vous accompagnent dans le flux de vos déplacements et de vos conversations, elles font partie de votre environnement. Elles-mêmes sont fluides, évanescentes, perpétuellement substituables les unes aux autres. Vous ne leur accordez qu'une *attention distraite*, au sens où vous demeurez dans le même temps accessible à d'autres sollicitations. Le flux peut s'interrompre à tout instant. Il fait partie d'un continuum de vie auquel il ajoute une dimension mais il pourrait aussi bien ne pas exister. Il ne lui est nullement nécessaire.

N'est-ce pas d'ailleurs cette absence de *nécessité* qui caractérise la plupart des activités issues des dernières technologies, les échanges marchands mis à part ? Leur multiplicité masque la vacuité des usages proposés pour chacune d'entre elles.

Une extension des possibles dans le choix des supports ne détermine pas une liberté accrue dans le choix des films. Au contraire, le choix du support et du contexte de réception l'emporte sur celui du programme. Les supports mobiles ont pour premier effet de lever la contrainte du dispositif cinématographique, qui lie le temps spectatorial à celui de la projection, même s'il est toujours possible de s'endormir en cours de projection ou de quitter une salle. En induisant un autre type de comportement à l'égard des images – fluctuant, volatile, soumis aux multiples aléas des déplacements et des sollicitations de toute nature - les écrans mobiles en relativisent les enjeux.

L'offre est proliférante dans sa répétitivité. Tout doit être consommé et oublié à grande vitesse. Une vitesse qui conduit à la superficialité. Dans les nouveaux médias et supports, les films, choisis ou non, sont emportés dans le flux des échanges. Ils sont absorbés, éliminés, bref : consommés. Ils ne semblent exiger aucune attention particulière.

Entendons-nous : il ne s'agit pas, de mon point de vue, de prôner un élitisme culturel fondé sur le respect des chefs-d'œuvre, réels ou supposés, mais de s'opposer à une conception de la vie pour laquelle tout se vaut, c'est-à-dire rien ne vaut, hormis les échanges marchands et les *distractions* qui les précèdent (et qu'elles ont pour finalité de préparer) et qui leur succèdent.

Les techniques se renouvellent-elles parce que nos modes de vie sont en train de changer, ou bien impulsent-elles et initient-elles ces changements ? Les dernières technologies nous rendent la vie plus facile, si du moins l'on réduit la vie aux gestes de la consommation dont elles sont, en effet, de purs et simples *facilitateurs*. Elles fluidifient les échanges marchands. Une chose est sûre, une seule : il est nécessaire de cultiver l'image du Changement et cette culture du Changement n'a rien d'une nouveauté. Elle a servi d'étendard à la gauche mitterrandienne comme à la droite sarkozyste. Il est évident pour les conservateurs de tous bords que les choses ne peuvent pas rester en l'état si l'on veut qu'elles le restent. Du moins doit-on affirmer haut et fort sa volonté qu'il en aille ainsi.

Les discours d'escorte construisent, pour chaque technologie, l'image d'un usager modèle à laquelle l'usager réel est invité à se conformer, sauf à sombrer corps et biens dans un passé irrémédiablement révolu, sauf à disparaître. Internet a donné naissance à une nouvelle culture qualifiée parfois d'*expressive*. Chacun n'est-il pas libre de s'exprimer par blogs interposés ? Ou bien de recomposer les propositions qui prolifèrent à longueur de sites selon ses besoins, désirs et plaisirs ? La navigation procure au navigateur un sentiment mêlé de finitude et de toute puissance. Dans la mer jamais abolie de signes qui s'offrent à lui, il lui est possible de cliquer à n'en plus finir et le cliqueur est toujours plus important que le cliqué. C'est à lui qu'appartient, en tout cas, le dernier geste, comme on décide de suspendre une conversation. Le navigateur est libre puisqu'il n'est jamais captif, enfermé dans une *suite* d'images dont il peut s'échapper à tout moment. L'écran de l'ordi est transformable à volonté, de fait, il est en perpétuelle transformation. Une toute autre question est de savoir sur quels horizons ouvrent de telles transformations. La culture expressive tend le plus souvent à naturaliser les clichés et les stéréotypes qu'elle restitue sous une forme plus ou moins spontanée. Aucune subjectivité ne saurait s'exprimer en dehors des clichés et des stéréotypes sans opérer un travail sur elle-même dans la relation aux mondes extérieurs qu'elle explore.

Tout change et pourtant, plus que jamais, rien ne semble avoir changé. Les programmes audiovisuels, quels que soient les supports concernés, font toujours partie des industries du *divertissement*. De ce point de vue, il n'est pas question d'idéaliser le cinéma du samedi soir, dont la fonction sociale a toujours été d'une grande limpidité (l'évasion), même s'il lui arrivait de brasser des problèmes de société et de poser de vraies questions.

Par divertissement, il faut entendre ceci : l'état d'une société où les individus qui la composent cherchent les moyens d'échapper à la vie qui est la leur au jour le jour pour pouvoir mieux la supporter au jour le jour. Chacun imagine qu'il pourrait vivre une autre vie que la sienne, hors de sa portée, même et surtout s'il désire la vivre. L'imaginaire de divertissement est en rupture avec la quotidienneté vécue dont on cherche à s'évader et elle s'inscrit en même temps dans sa continuité. Il s'agit d'un imaginaire de survie.

Pourtant, quelque chose a changé avec l'apparition des dernières technologies et supports : le renforcement des *potentialités ludiques* de l'audio-visuel de divertissement. Ces potentialités s'accomplissent à l'évidence dans le développement des jeux vidéo. On dirait volontiers que ces jeux n'ont d'autres enjeux que le jeu lui-même – un jeu sans véritable mise en jeu – s'ils n'intégraient pas à ce point les valeurs dominantes de la société. Ils mettent ces valeurs à portée de main de quiconque. Tout, ou presque tout, y tourne autour de l'idée de compétition et de la pulsion de mort.

Un film ne s'identifie ni au dispositif cinématographique ni au support argentique. C'est un des enseignements majeurs du passage au numérique. Si le numérique est aujourd'hui le

moyen privilégié de recomposition du dispositif cinématographique, dans un mouvement divergent, il libère aussi le film de bien des pesanteurs héritées du cinéma, en tant que dispositif et support. Il ouvre un nouveau champ de possibles, tant pour la production que pour la diffusion.

Si le film ne s'inscrit plus majoritairement dans le dispositif cinéma, à quoi peut-il donc ressembler ? Je serais tenté de répondre : à certaines de ses virtualités dont l'actualisation n'exige pas une salle de cinéma, même si elle ne l'exclut pas. Un film est une construction audio-visuelle qui suspend le flux de plus en plus abondant des images sonores en y inscrivant une temporalité irréductible. Il ne relève en rien d'un divertissement occupationnel. Il ne propose pas de jeu qui ne soit en même temps mise en jeu, déplacement identitaire et déplacement social. Il retourne à la vie – subjective et sociale – après en avoir été longtemps séparé.

Le cinéma n'est plus seulement dans les films et il n'est plus seulement dans les salles. Admettons cette proposition paradoxale, émise de divers côtés. Mais où est-il donc passé ? Et par quel miracle pourrait-il survivre à la mort annoncée de son dispositif de projection, comme une âme détachée de son corps ? Serait-il devenu corps céleste ? L'âme du cinéma aurait-elle déjà quitté son corps matériel pour mieux jouir d'un hypothétique paradis ? Mais on peut aussi poser une question plus terre à terre : quel est donc ce cinéma dont on ne peut se passer alors même qu'il aurait déjà disparu ou qu'il serait en voie de disparition ? Et d'abord : qu'est-ce qui survit de lui dans les films ? Bref, qu'entend-on par « cinéma » ?

Je dissocierais pour ma part le devenir du film de celui du cinéma. Les films qui survivent au cinéma en tant que dispositif de projection circonscrit à la salle de cinéma sont les héritiers des films qui ont développé un point de vue critique par rapport aux usages dominants du dispositif cinématographique. Des films qui envisageaient un *dehors* du dispositif cinématographique. Des films qui circulaient déjà en dehors des salles de cinéma, en des lieux qui ne se prêtaient pas au cinéma mais où ces films étaient pourtant demandés et, surtout, *prolongés* par les échanges intersubjectifs qui se développaient à l'issue des projections. Le passage au numérique contribue à réactiver une *culture des réseaux* que l'on a nommé jadis « parallèles » ou « perpendiculaires ». Internet n'est aucunement voué par nature au survol et à la superficialité. Au contraire, ces réseaux ne sauraient se développer aujourd'hui sans penser leur articulation à l'Internet (création de sites et de blogs), de même que les débats qui suivent la projection d'un film dans des espaces publics et semi-publics ont tout avantage à se prolonger dans des forums de discussion qui en élargiront l'influence et l'impact.

Si débats et forums de discussion relèvent de l'interactivité, et en tout cas de l'interaction, le film, lui, est le contraire d'un programme interactif. Le développement des dispositifs interactifs est même ce qui permet de renforcer *la spécificité non interactive du film*. Le cinéma interactif ne saurait exister, pas davantage qu'un texte ou une peinture ne sauraient être interactifs. Dans un film, une pensée prend forme et ce processus exige un déploiement audio-visuel dans une certaine durée que l'on dira nécessaire (c'est-à-dire non formatée de l'extérieur) et non soumise à l'attention fluctuante et vacillante d'un spectateur distrait. Un film se caractérise pas son achèvement – serait-ce dans l'inachèvement. Il faut alors imaginer un autre mode conversationnel que celui dont j'ai fait état précédemment. C'est comme quand vous écoutez quelqu'un sans dialoguer avec lui. Vous attendez qu'il ait fini de parler pour parler à votre tour. Cela ne signifie pas que vous soyez vacant pendant qu'il parle. Au contraire, il vous incite à sentir et à penser et vous ne vous en privez pas. Son discours stimule vos capacités émotives et cognitives. Une interaction ne nécessite pas que l'on soit en mesure

d'influer sur le discours du locuteur, même si la possibilité en existe. Elle le nécessite d'autant moins que l'interaction est permanente au cours de la projection d'un film. Si le spectateur ne peut intervenir sur son déroulement, sauf à interrompre la projection, il l'interprète, le déconstruit - reconstruit sans cesse à ses propres fins, à son propre usage. Un film est à la fois clos et ouvert à l'infini. Mais la temporalité qu'il construit étant radicalement différente de celle d'un programme interactif, il « s'ouvre » sur une échelle de temps beaucoup plus vaste qui excède le temps de sa monstration. Il continue sa vie dans la vie imaginaire du spectateur et exerce tout autant une influence sur sa vie réelle

La question qui se pose aujourd'hui n'est plus : « qu'est-ce que le cinéma ? » mais : « qu'est-ce qu'un film ? », dans des conditions historiques où le dispositif cinématographique n'est plus le dispositif dominant.

Les plus grands auteurs de films furent jadis des *auteurs de cinéma* dans la mesure où le cinéma, dans son actualité comme dans son histoire, se réfléchissait et se transformait dans leurs films. Aujourd'hui les auteurs de films ne sont plus des auteurs de cinéma mais des co-constructeurs de la vie réelle. Ce n'est plus l'horizon du cinéma qu'ils entendent faire bouger mais celui de la vie. Le film devient *un facteur d'organisation de la vie individuelle et sociale*.

Un film s'adresse à chacun en tant qu'être singulier et c'est par le biais du singulier qu'il est susceptible de faire retour au collectif. A cet égard, les loisirs cinématographiques de masse ont bel et bien vécu. Loin de la norme statistique pour laquelle le spectateur n'existe à un seul exemplaire que s'il fait nombre (seuil de rentabilité oblige), chaque spectateur est à la fois unique et singulier. Le spectateur ne fait nombre que s'il existe d'abord à un seul exemplaire. Le film met chaque spectateur en situation de pouvoir agir sur le monde, sur sa place dans le film et sur sa place dans le monde. Précisément : sur sa place dans le monde à partir de sa place dans le film.

Qu'entendre par « singulier » ? Le film atteint chaque spectateur en des zones où il ne peut plus échapper à lui-même, à la vie qui est irrémédiablement la sienne. Mais aussi parce que le film regarde le spectateur en ce point où le filmeur se sent regardé par ce qu'il filme. Ainsi chaque objet filmé devient lui aussi singulier et atteint chaque spectateur dans ce qu'il a lui-même de singulier.

Ce qu'il y avait de singulier dans le cinéma, c'est ce qui survit du cinéma quand le dispositif cinématographique a perdu son exclusivité.

Nous assistons à la montée en puissance de la demande en films qui croisent enjeux de vie et enjeux de représentation. Le film s'intègre aux transformations de l'existant, dans leurs multiples manifestations, pour exister lui-même. Il n'agit plus comme une puissance extérieure à celui qui interagit avec lui. Le film fait partie de sa vie, il en devient un élément, un aliment.

Un nombre croissant d'acteurs sociaux élaborent ou participent à l'élaboration de films en même temps qu'ils s'en approprient d'autres. Des réseaux se constituent où la valeur d'usage l'emporte sur la valeur d'échange. Ces réseaux se développent sur la base d'un partage d'expériences articulées à des horizons de vie.

Un film a une *valeur d'usage* pour un nombre limité de spectateurs qui partagent avec ses initiateurs les mêmes questionnements rapportés à un même horizon de vie. Son éventuelle valeur d'échange est directement liée à l'élargissement de sa valeur d'usage : de nouveaux groupes de spectateurs se l'approprient.

La valeur d'usage d'un film se ramène ainsi à une seule question déclinée sur plusieurs modes : que peut-on attendre d'un film ? Dans quels scénarios de vie prend-il place ? De quelle façon fait-il bouger l'existant pour chaque spectateur ? (2)

Le film est alors un facteur de redéploiement des subjectivités. Loin de toute religion auteuriste et cinéphilique, il ne s'agit plus de contempler et de communier. Il s'agit de partager des enjeux de vie qui se concentrent dans des enjeux de représentation.

Ce qui restera du cinéma ? De grosses machines vouées à un divertissement de plus en plus spectaculaire, des films de référence sanctifiés par la muséification, et des films de plus en plus articulés à des enjeux de vie et de société. Des films de terrain, à l'articulation de l'individuel et du collectif, où des groupes de réalisateurs et de spectateurs librement associés partagent les mêmes questionnements et s'efforcent de leur donner des réponses collectives. Des films relevant d'un mode de production artisanal et associant les filmés à leur élaboration. Je dis « artisanal » au sens de réappropriation d'un processus global socialement et techniquement divisé par les conditions de la production industrielle.

Gérard Leblanc, 2012.

NOTES

- (1) On signalera dans ce domaine une entreprise pionnière engagée dans les années 1980 par le Service des Archives du Film du Centre National de la Cinématographie sous la direction de Nicole Schmitt : la mise en catalogue de l'ensemble de la production cinématographique française répertoriée année par année (cf. par exemple l'année 1975, 2 tomes, Publications du Service des Archives du Film du C.N.C., 1983). On peut regretter que cette entreprise n'ait pas été poursuivie.
- (2) Cf. Gérard Leblanc, *Actualisations du multiple*, dans *Médiamorphoses* n°18, octobre 2006, INA/Armand Colin.