

**Université de Montréal**

**Expérience hétérotopique du cinéma**  
**Approches théoriques et historiographiques du cinéma en salle**

par

**Simon Thibodeau**

**Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques**  
**Faculté des arts et sciences**

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures  
en vue de l'obtention du grade de Maîtrise ès arts (M.A.)  
en études cinématographiques

Avril 2015

©, Simon Thibodeau, 2015

Université de Montréal  
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :  
Expérience hétérotopique du cinéma.  
Approches théoriques et historiographiques du cinéma en salle

présenté par  
Simon Thibodeau

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Marta Boni  
président-rapporteur

André Gaudreault  
directeur de recherche

Marion Froger  
membre du jury

## Résumé

Nous exposons dans ce mémoire les principes qui fondent, au sein de la discipline des études cinématographiques, une conception théorique de la réception d'images animées reposant sur la modalité de consommation spécifique du *cinéma en salle*. Notre analyse d'un ensemble représentatif d'approches théoriques et historiographiques de l'expérience cinématographique permet de relever les principes qui orientent la conception de différentes formes de médialité conférées à l'*expérience du cinéma en salle*. Les théories du dispositif et du signifiant imaginaire de Jean-Louis Baudry et Christian Metz proposent une conception de l'expérience du cinéma en salle qui met l'accent sur les effets de *transparence médiatique* de certaines composantes des salles de cinéma sur les spectateurs ainsi que sur le caractère imaginaire, symbolique et institutionnel de ces médiations. La sémio-pragmatique de Roger Odin et l'approche historiographique de la New Cinema History telle que présentée par Robert C. Allen et Richard Maltby proposent une conception de l'*opacité médiatique* de l'ensemble complexe des effets de médiation sensorielle, relationnelle, sociale et économique de l'expérience du cinéma en salle et dont les spectateurs font l'épreuve sur toute l'étendue de ce type de site d'exploitation et sur toute la durée de son occupation spectatorielle. Au terme de notre analyse, les différents principes relevés permettent de formuler la notion d'*expérience hétérotopique du cinéma* pour désigner la conception de l'*expérience du cinéma en salle* qui caractérise la compréhension de la réception d'images animées dans le cadre des études cinématographiques.

### Mots-clés

salles de cinéma – spectateur – expérience cinématographique

réception du cinéma – dispositif – signifiant imaginaire – sémio-pragmatique

socialité du cinéma – consommation du cinéma – exploitation du cinéma – intermédialité

## Abstract

This thesis explores how theories of moving image reception that have or have had a significant impact on the development of film studies as a discipline are centered around the movie theater and on “movie-going” practices. The analysis of a representative set of theoretical and historiographical approaches to the cinematic experience allows for the definition of key principles that unearth various forms of mediation at play in the *movie-going experience*. Jean-Louis Baudry’s “apparatus theory” and Christian Metz’s notion of the “imaginary signifier” both suggest a theory of *movie-going experience* stressing the *transparency* effects on spectators of the mediation of certain architectural and technological aspects of movie theaters and focusing on the symbolic and institutional nature of this form of mediation. In contrast, Roger Odin’s semio-pragmatic approach and New Cinema History’s critical historiography (as theorized by Robert C. Allen and Richard Maltby) conceptualize the *opacity* of a complex set of sensory, relational, social, and economic mediations occurring in movie theaters, which last during the entire experience of the audience in these exhibition sites. By unspooling the complexity of the theoretical stances above mentioned, this thesis moves towards the definition of a *heterotopic cinema experience* formulated from within the context of film studies.

## Keywords

movie theater – spectatorship – cinematic experience – film reception – apparatus theory  
imaginary signifier – semio-pragmatic approach – sociality of cinema – movie-going  
film exhibition – intermediality

# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	<b>1</b>
<b>Premier chapitre</b> .....	<b>13</b>
Transparence, opacité, complexité et intermédialité du cinéma en salle	
<b>Deuxième chapitre</b> .....	<b>22</b>
Le dispositif et le signifiant imaginaire : cinéma en salle et transparence médiatique	
Jean-Louis Baudry et la théorie du dispositif.....	24
Christian Metz et le signifiant imaginaire .....	34
<b>Troisième chapitre</b> .....	<b>51</b>
Sémio-pragmatique et New Cinema History : cinéma en salle et opacité médiatique	
L'approche sémio-pragmatique de Roger Odin .....	54
L'approche historiographique de la New Cinema History .....	85
<b>Quatrième chapitre</b> .....	<b>114</b>
L'expérience hétérotopique du cinéma	
<b>Conclusion</b> .....	<b>131</b>
Bibliographie.....	137

*à Sabrina  
pour sa foi en moi*

*à Margot  
qui m'a pris par la main*

## Remerciements

Je tiens d'abord à exprimer toute ma reconnaissance à mon directeur de recherche, André Gaudreault, pour sa confiance, pour son dynamisme inspirant et pour m'avoir confié diverses responsabilités au sein de projets tous plus stimulants les uns que les autres.

Je remercie les professeurs Olivier Asselin, Marion Froger et Philippe Despoix pour les réflexions qu'ont suscitées leurs séminaires. Je remercie également ces deux derniers de m'avoir offert la chance inestimable de contribuer à titre de secrétaire de rédaction aux activités de la revue *Intermédiatités*.

Je veux enfin témoigner ma profonde gratitude envers mes parents pour leur appui inconditionnel et leur confiance inébranlable.

## INTRODUCTION

*Que veut dire le « noir » du cinéma (je ne puis jamais, parlant cinéma, m'empêcher de penser « salle », plus que « film »)?*

Roland Barthes, « En sortant du cinéma », 1975<sup>1</sup>

La pérennité des salles obscures, en tant que modalité de consommation d'images animées, a fréquemment été remise en question<sup>2</sup>. Kevin J. Corbett s'en prend à l'« effet de substitution » de cette forme d'exploitation filmique par des technologies qui permettent elles aussi, entre autres activités, la consommation de films (télévision, magnétoscope, etc.) :

The popular symbolism of « going to the movies » as well as industry efforts to promote that symbolism seem to ensure that the movie theater will not disappear any time soon. This seems true even though another new technology – widescreen digital television – seems, on its surface, poised to threaten theatrical filmgoing<sup>3</sup>.

Corbett remarque d'ailleurs qu'au moment où sont mis au point ces nouveaux téléviseurs numériques ce sont les multiplexes, un modèle d'exploitation commerciale en plein essor durant les années 1980 et 1990, qui auront eu à composer avec la concurrence qu'a offerte cette technologie alors émergente à titre de modalité de consommation d'images animées<sup>4</sup>.

Dans son ouvrage, qui vise également à déconstruire une conception de la concurrence entre modalités de consommation d'images animées, Barbara Klinger analyse le cas de diverses technologies qui exploitent le cinéma en dehors des salles<sup>5</sup>. Son étude se développe dans le cadre d'une critique de l'hégémonie de la salle de projection en tant que contexte idéal d'une

---

<sup>1</sup> *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », p. 104.

<sup>2</sup> Les trois premiers paragraphes de cette introduction empruntent et reformulent certains passages d'un article paru précédemment, Simon Thibodeau, « Aller au cinéma. Fuite hors de la ville et accompagnement distancié sur le site du multiplexe », en ligne, *Synoptique*, vol. 2, n° 2, automne 2013, p. 54-79, [synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23](http://synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23). Consulté le 20 avril 2015.

<sup>3</sup> Kevin J. Corbett, « The Big Picture: Theatrical Moviegoing, Digital Television, and Beyond the Substitution Effect ». *Cinema Journal*, vol. 40, n° 2, hiver 2001, p. 30.

<sup>4</sup> L'emploi de la formule « modalité de consommation d'images animées », réfère à tout moyen de « réception » historique relativement défini d'un mode d'expression ou de communication médiatique ayant recours, entre autres matériaux, aux images animées. La formule renvoie aux aspects matériels et technologiques de ces modalités (le téléviseur pour la télévision, par exemple), mais également à l'ensemble des pratiques spectatoriennes qu'impliquent leur usage et des paramètres contextuels qui ont une incidence propre à cet usage. La formule « modalité de consommation du cinéma », que nous utilisons plus loin dans ce mémoire, correspond à une modalité de consommation d'images animées culturellement et historiquement associée à une forme institutionnelle de texte filmique.

<sup>5</sup> Barbara Klinger. *Beyond the Multiplex: Cinema, New Technologies, and the Home*. Berkeley : University of California Press, 2006.



expérience filmique. En effet, à son avis, les reproches selon lesquels ces nouvelles technologies portent atteinte à l'intégrité du texte filmique reposent sur une comparaison inappropriée avec l'expérience que procure le cinéma en salle<sup>6</sup>. Elle constate que les salles de cinéma revêtent une importance centrale dans ce que plusieurs considèrent comme une expérience cinématographique idéale. Aussi essentiel que puisse paraître le site d'exploitation, sa transparence – le fait, notamment, qu'il s'estompe dans l'obscurité, qu'il efface momentanément de la conscience des spectateurs le contexte matériel et institutionnel de la réception – en ferait une modalité idéale de consommation d'images animées puisque le texte filmique y serait privilégié comme objet d'attention unique des spectateurs.

Bien que l'un soit préoccupé par les discours discréditant la légitimité des salles de cinéma comme mode privilégié d'exploitation filmique et que la dépréciation des autres modalités de consommation du cinéma soit au cœur de la problématique formulée par l'autre, Corbett et Klinger critiquent tous deux une prétendue concurrence entre différents modes d'exploitation d'images animées. La construction discursive d'une rivalité entre différentes technologies d'images animées expose les enjeux spécifiquement liés à la pratique de différentes modalités de consommation du cinéma. Plutôt que de s'interroger sur les attributs des images consommées au moyen d'une ou l'autre de ces technologies ou sur la nature de la relation des spectateurs à ces différents types de textes médiatiques, la position critique de ces deux auteurs nous incite à nous interroger sur les effets de médiation et sur les pratiques spectatorielles de différentes modalités de consommation d'images animées, qu'il s'agisse, entre autres, de l'exploitation en salle, de la diffusion télévisuelle, de l'emploi du magnétoscope ou de la distribution en ligne.

Plutôt que de faire l'objet d'une étude directe, ce type d'enjeux – les usages spectatoriels et les effets de médiation des différentes modalités de consommation d'images animées – demeure généralement d'intérêt secondaire dans la théorie et l'histoire du cinéma ou dans les études de la réception cinématographique. Dans un ensemble d'approches diverses – qui se fondent sur ce que nous pourrions considérer comme une conception « classique » des études cinématographiques –, les textes filmiques et la nature des rapports entre spectateurs et ceux-ci

---

<sup>6</sup> Lire l'introduction de son ouvrage où l'auteure élabore une critique de la conception courante du contexte idéal de l'expérience cinématographique, Klinger, 2006, p. 1-16.

constituent des objets d'intérêt premier. D'autres approches reposent plutôt sur la conception du cinéma comme pratique commerciale ou comme objet de consommation donnant lieu à un événement social et économique dont elles privilégient l'étude historique. Il existe également dans le cadre des études de la réception des approches contextuelles qui prennent en considération les conditions matérielles, culturelles ou institutionnelles de la consommation du cinéma, mais ce, en ayant pour finalité l'analyse de l'interprétation spectatorielle de textes filmiques. Ces différents types d'approches constituent un ensemble hétérogène qui couvre un champ large et représentatif des différentes conceptions théoriques ou historiographiques de la réception et de l'expérience spectatorielle du cinéma dans le cadre des études cinématographiques.

L'analyse du discours théorique ou historiographique d'un ensemble choisi d'auteurs représentatif du champ hétérogène de diverses conceptions de la réception et de l'expérience spectatorielle du cinéma nous permettra de relever comment sont conceptualisés, de manière indirecte, les usages spectatoriels et les effets de médiation de différentes modalités de consommation d'images animées. Le corpus à l'étude dans ce mémoire se constitue ainsi de textes d'un ou deux auteurs marquants ou influents pour chacun des trois types d'approches décrits au paragraphe précédent : les théories inspirées de la psychanalyse de Jean-Louis Baudry et Christian Metz; le modèle sémio-pragmatique de Roger Odin; l'approche historiographique de la New Cinema History telle que définie par Richard C. Allen et Richard Maltby. Les contributions de Baudry et Metz, qui reposent sur la notion classique d'un « sujet-spectateur » en posture de réception relativement soumise aux images animées, constituent un pôle conceptuel qui s'oppose à celui que représente le corpus de la New Cinema History au sein duquel l'analyse du rapport spectatorial aux films projetés, complètement évacuée, laisse place à l'étude des publics hétérogènes et historiques des sites d'exploitation commerciale du cinéma. Pour sa part, le modèle sémio-pragmatique d'Odin représente une posture du compromis entre ces deux pôles et préconise l'analyse du contexte socioculturel, historique et institutionnel complexe des publics de cinéma afin de comprendre les cadres qui guident leurs interprétations des textes filmiques. Les différents textes, auteurs et théoriciens retenus ne représentent pas de manière exhaustive l'ensemble des diverses conceptions de l'expérience spectatorielle ou de la réception du cinéma dans le cadre des études cinématographiques, mais

ils permettent à notre avis d'en couvrir le vaste champ de façon représentative.

Les articles de Jean-Louis Baudry autour du concept de dispositif cinématographique ainsi que la théorie du signifiant imaginaire de Christian Metz sont incontournables tant ils constituent un repère pour la théorie et l'historiographie de l'expérience spectatorielle du cinéma<sup>7</sup>. Ils marquent un tournant considérable dans l'histoire de la théorie du cinéma puisqu'ils se détachent du seul texte filmique comme objet d'analyse pour se tourner vers les fonctions de l'activité spectatorielle. Ces écrits possèdent une grande influence sur les questions de la réception et de l'expérience cinématographiques dans la mesure où ils ont pu servir de modèle pour certains, mais aussi puisque les critiques qu'ils ont pu inspirer constituent le fondement d'autres théories sur le même sujet<sup>8</sup>. Si ces approches inspirées de la psychanalyse permettent de penser certaines conditions matérielles de la projection en salle, elles mettent l'accent sur le relatif effacement de la conscience du sujet-spectateur des effets de médiation du contexte de réception au profit du maintien et du renforcement de l'impression de réalité que procurerait le texte filmique.

Le modèle sémio-pragmatique de Roger Odin et l'approche historiographique de la New Cinema History constituent à leur manière des réponses critiques aux théories du sujet-spectateur élaborées par Metz ou Baudry et plus largement d'une conception du sens immanent des textes filmiques. Dans le champ des études de la réception filmique, le modèle d'Odin se démarque dans la mesure où il permet d'interroger le rapport des spectateurs d'un film avec le contexte communicationnel dans lequel il est consommé (qu'il s'agisse de celui des salles de cinéma, considérées par le théoricien comme site institutionnel du cinéma de

---

<sup>7</sup> Nous faisons plus spécifiquement référence aux approches psychanalytiques du spectateur de cinéma de Jean-Louis Baudry (« Cinéma : effets idéologiques produits par l'appareil de base », *Cinéthique*, n<sup>os</sup> 7-8, 1970, p. 1-8; « Le dispositif : approches métapsychologiques de l'impression de réalité ». *Communications*, vol. 23, 1975 p. 56-72.) et Christian Metz (*Le signifiant imaginaire : psychanalyse et cinéma*. [1977], Paris : Christian Bourgois Éditeur, 1984.), deux auteurs dont le corpus fera l'objet d'une étude détaillée un peu plus loin dans ce mémoire.

<sup>8</sup> Nous pensons ici entre autres à la critique féministe d'une conception de l'identification masculine du sujet-spectateur élaborée par Laura Mulvey dans son article « Visual Pleasure and Narrative Cinema » (*Screen*, vol. 16, n<sup>o</sup> 3, automne 1975, p. 6-18) qui a ouvert le champ des études féministes en cinéma et qui a eu une influence sur l'étude filmique dans le cadre des études culturelles anglaises. La portée phénoménologique de l'approche de Baudry et Metz a notamment pu inspirer la notion d'expérience sensorielle incarnée (« embodiment ») du cinéma sur laquelle repose l'œuvre de chercheuses comme Vivian Sobchack (voir notamment « The Active Eye: A Phenomenology of Cinematic Vision ». *Quarterly Review of Film and Video*, vol. 12, n<sup>o</sup> 3, 1990, p. 21-36; « The Scene of the Screen: Envisioning Cinematic and Electronic "Presence" ». Dans Hans Ulrich Gumbrecht et Karl Ludwig Pfeiffer [dir.], *Materialities of Communication*, Stanford : Stanford University Press, 1994, p. 83-106; *Carnal Thoughts: Embodiment and Moving Image Culture*, Berkeley : University of California Press, 2004).

fiction, ou d'autres comme celui de la présentation domestique de films de famille). La sémiopragmatique prend d'abord en considération l'incidence du contexte de réception sur la production de sens, en l'articulant toutefois à une approche immanentiste issue de la sémiologie. L'efficacité rehaussée de l'analyse textuelle demeure une finalité : « Une fois reconnues les contraintes contextuelles régissant la construction du texte, l'analyse immanentiste peut être mobilisée<sup>9</sup> ».

Le cas du corpus de la New Cinema History – qui s'inscrit dans le prolongement d'une pensée renouvelée de l'historiographie du cinéma dont les fondements théoriques se trouvent notamment dans les écrits de Robert C. Allen et Douglas Gomery au milieu des années 1980<sup>10</sup> – constitue pour sa part le résultat d'une révision fondamentale de l'histoire du cinéma. Ce travail de refonte repose sur un défrichage rigoureux de l'histoire sociale et économique de la distribution, de l'exploitation et de la consommation du cinéma. Ce programme historiographique – encore très vigoureux et foisonnant aujourd'hui comme en témoignent plusieurs ouvrages collectifs publiés à ce sujet – est défini de manière plus explicite dans les articles et autres écrits de Richard C. Allen et Richard Maltby. Dans le cadre des études cinématographiques, il constitue une approche atypique de l'expérience spectatorielle et de la réception du cinéma en ce sens que l'approche privilégie un détachement complet de l'étude des textes filmiques au profit d'un examen rapproché des pratiques de distribution, d'exploitation et de consommation du cinéma. Les aspects sociaux et économiques de l'expérience du cinéma en salle, qui font plus souvent l'objet de recherche au

---

<sup>9</sup> Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction à la sémiopragmatique*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2011, p. 17.

<sup>10</sup> Nous faisons tout particulièrement référence à leur ouvrage commun, Robert C. Allen et Douglas Gomery, *Film History: Theory and Practice*, New York : Alfred A Knopf, 1985. Le corpus correspondant à la New Cinema History ne prend réellement forme qu'à partir des années 2000 dans différents ouvrages collectifs se référant explicitement à la formule « New Cinema History ». Voir notamment Richard Maltby, Daniel Biltereyst et Philippe Meers (dir.), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden (MA) et Oxford : Wiley-Blackwell, 2011. Le programme historiographique élaboré par Allen et Gomery se situe historiquement dans le contexte d'un changement paradigmatique plus large au sein des études cinématographiques et de la discipline de l'histoire du cinéma – auxquels certains se réfèrent en usant de l'expression « tournant historique » ou, en anglais, « historical turn » – marqué notamment par la tenue du congrès de la Fédération internationale des archives du film (FIAF) à Brighton, en 1978, qui portait sur la période du cinéma des premiers temps. À la suite du constat de la portée téléologique considérable des histoires du cinéma écrites jusqu'à l'époque de la tenue de ce congrès, une révision des méthodes historiographiques et des approches théoriques sur lesquelles repose cette discipline a incité plusieurs chercheurs à procéder au réexamen de notre connaissance historique des aspects de la production, de la distribution, de l'exploitation et de la réception du cinéma.

sein d'autres disciplines que celles des études cinématographiques, constituent notamment une des préoccupations principales des historiographes comme Allen et Maltby. Dans le cadre de ce courant historiographique en études cinématographiques, l'attrait (ou le mépris) de certaines communautés pour les salles obscures, la façon dont l'aménagement et la localisation de ces sites d'exploitation ont été prévus pour répondre aux attentes de l'un ou l'autre de ces groupes et les formes de sociabilité qui s'y sont développées sont des phénomènes historiques vérifiables qui révèlent des aspects marquants de l'expérience cinématographique. Ces historiographes interrogent indirectement la nature de l'expérience et de l'usage de ces sites d'exploitation comme modalité de consommation d'images animées. Leur objectif premier est plutôt de broser le portrait historique des publics qui ont fréquenté ces lieux et de définir le cinéma comme événement social inscrit dans le cadre plus large de l'activité quotidienne de différentes communautés.

Un constat sous-jacent s'impose à la suite d'un premier survol de ces différentes approches : qu'il en soit directement question ou non, le cinéma en salle constitue la principale, voire la seule modalité de consommation d'images animées étudiée. Il se peut que la prépondérance de ce type de site d'exploitation dans ces discours explique en partie pourquoi, comme le reproche Barbara Klinger, toute autre technologie qui exploite des images animées est généralement comparée en fonction de l'expérience que procure le cinéma *en salle*. En effet, les différentes approches théoriques et historiographiques que représente le corpus retenu et décrit au paragraphe précédent constituent souvent le fondement, au sein des études cinématographiques, de plusieurs théories dans le cadre desquelles se développent une réflexion sur la réception et l'expérience des images animées, et ce, toutes modalités de consommation confondues, voire, sans égard réel à la modalité de consommation en usage. Il s'avère ainsi qu'une certaine forme d'hégémonie de la conception de l'expérience du cinéma *en salle* possède un impact sous-estimé sur les théories de la réception cinématographique ou de tout autre type d'images animées.

Est-ce que la théorie et l'historiographie de la réception et de l'expérience spectatorielle des images animées développées dans le cadre des études cinématographiques permettent une compréhension éclairée des problématiques propres à l'usage de chacune des diverses modalités de consommation d'images animées? À notre avis – nous tâchons de le démontrer

dans les pages de ce mémoire –, elles expriment une conception de l'expérience du *cinéma en salle*, c'est-à-dire qu'elles reposent (de manière explicite ou non) sur une conception de la réception d'images animées dans le contexte spécifique des salles de cinéma. Ainsi, puisqu'elles soulèvent des enjeux propres à l'expérience du cinéma en salle, ces théories ou histoires du cinéma n'offrent pas un cadre adéquat pour l'analyse de la réception d'images animées au moyen d'autres modalités de consommation. Elles demeurent certes utiles pour accompagner l'élaboration d'une conception théorique ou d'une histoire d'autres types de modalités de consommation (la diffusion télévisuelle, l'emploi du magnétoscope ou la distribution en ligne pour ne rappeler que les exemples évoqués plus haut), mais pas avant que soit pris en compte l'impact considérable de l'expérience du cinéma en salle sur la conception qu'elles proposent de la réception d'images animées. Non seulement ont-elles forgé une conception théorique de l'expérience d'images animées étroitement liée aux particularités de la consommation en salle, mais elles ont aussi élaboré, souvent de manière indirecte, une certaine idée de la médialité des salles de cinéma elles-mêmes, c'est-à-dire de ce qui, dans la matérialité, dans la force symbolique ou dans les fonctions sociales de ces structures architecturales, distingue le *cinéma en salle* comme média<sup>11</sup>.

Le choix des différents textes et auteurs à l'étude dans ce mémoire est également orienté en fonction de l'intérêt que ceux-ci portent aux salles de cinéma ou à certaines de leurs composantes matérielles et symboliques. La définition d'une salle de cinéma, qu'elle soit explicite ou non, demeure pour la plupart (chez Baudry, Metz et Odin) somme toute restreinte : le plus souvent, il n'est question que d'une salle de projection et plus précisément d'un projecteur caché derrière les spectateurs, d'un écran encadré d'obscurité et dissimulé sous les images qu'il reflète ainsi que d'une pénombre qui plonge les spectateurs dans un état

---

<sup>11</sup> L'approche que nous adoptons s'inscrit ainsi fondamentalement dans une perspective intermédiaire en interrogeant la médialité des salles de cinéma non pas comme média à part entière, mais plutôt en tant que composante constitutive du cinéma comme système médiatique complexe. Le terme « médialité » vise à désigner l'ensemble historique des propriétés, caractéristiques ou attributs d'une des composantes ou d'un des paramètres qui constituent un média en tant que système médiatique complexe. Cette notion de « médialité » vise ainsi à distinguer de ce qui permet de définir l'*identité médiatique* d'un média légitime ou institutionnalisé – comme le cinéma – ce qui permet de définir l'*intermédialité* d'une composante systémique d'un média – comme les salles de cinéma le sont pour le cinéma – qu'on ne pourrait identifier comme média à part entière (les salles de cinéma ne sont pas un média institutionnalisé). Nous précisons notre conception du cinéma comme système médiatique complexe au chapitre 1 en nous référant notamment à la notion de pensée complexe d'Edgar Morin et à l'usage du modèle systémique dans le cadre de la généalogie des médias proposée par André Gaudreault et Philippe Marion.

de veille. Allen et Maltby omettent volontairement de s'intéresser aux composantes de la salle de projection énumérées ci-dessus et mettent l'accent sur les aspects matériels, sociaux, économiques et symboliques de l'aménagement ou de la localisation des sites d'exploitation dans la mesure où ils permettent de décrire les salles de cinéma comme sites d'un événement social, comme lieu de rencontre et de sociabilité de différentes communautés historiques. Le principal objet d'étude des chercheurs, théoriciens ou historiens qui avancent ces différentes conceptions des salles de cinéma n'est pas précisément celui du site d'exploitation cinématographique. Il en résulte, selon l'intérêt de recherche de l'un ou l'autre, des définitions partielles qui excluent des composantes ou des paramètres des salles de cinéma que d'autres privilégient et qui ignorent d'autres aspects traités ni par l'un ni par l'autre.

Une description plus complète ou plus adéquate des salles de cinéma serait nécessairement plus complexe. Depuis son apparition, ce type de site d'exploitation cinématographique n'est pas simplement défini par la seule composante que constitue la salle de projection, cette pièce où se trouvent disposés selon un certain agencement le projecteur, les rangées de sièges et l'écran de projection. Par ailleurs, si les salles de cinéma peuvent être conçues comme site d'un événement social s'inscrivant dans le quotidien des spectateurs elles ne sont pas non plus uniquement aménagées en fonction de ce seul aspect de leur expérience. Une description plus adéquate des salles de cinéma comprend un assemblage complexe de ces deux aspects et d'autres encore. Elle doit également s'inscrire dans une synchronie culturelle particulière puisque les salles de cinéma ont fait l'objet de diverses transformations matérielles et symboliques au fil de leur histoire. Nous pouvons toutefois énumérer un ensemble non exhaustif de traits et de caractéristiques qui constitue un groupe de paramètres relativement constants de la composition de ce type de site d'exploitation. Ainsi, l'édifice entier d'un site d'exploitation peut comporter différentes composantes architecturales et notamment l'entrée et le hall d'entrée, la billetterie, le foyer, les différents types d'ornements, les passages permettant l'entrée en salle en plus d'une ou plusieurs salles de projection. Selon le contexte sociohistorique au sein duquel on s'intéresse à une salle de cinéma, il serait possible d'y inclure certains paramètres supplémentaires (toutes autres formes d'attractions, outre celles que procure la salle de projection, qui sont aménagées sur le site, les comptoirs alimentaires, les salles de toilette, etc.) ou d'en exclure d'autres (le hall, le foyer, certains types

d'ornementation, etc.). Malgré les variations historiques d'autres composantes ou paramètres constitutifs, il relève du fait historique que certaines des composantes du site d'exploitation présentent une forme de constance dans la composition de ce type d'édifice, et ce, au moins depuis les premiers *nickelodeons* de la fin de la première décennie du 20<sup>e</sup> siècle. Il s'agit de la billetterie contrôlant l'entrée sur le site ainsi que de la salle de projection et plus spécifiquement de certains de ses composantes et paramètres constitutifs (projecteur, écran, sièges et disposition de cet ensemble). L'agencement de base de ces composantes architecturales et technologiques des salles de cinéma est aussi une constante historique c'est-à-dire que, sur ce type de site d'exploitation, les spectateurs doivent d'abord passer le contrôle de la billetterie avant d'éventuellement pénétrer dans la salle de projection et s'asseoir sur un siège situé devant le projecteur et face à l'écran. La description qui précède – et qui sert de définition de référence dans ce mémoire – vise d'abord à illustrer une conception élargie des salles de cinéma. Elle exprime aussi une conception plus élargie de la temporalité de l'expérience du cinéma en salle qui n'y est pas seulement associée à la seule durée de la projection des images sur un écran, mais aussi à celle de la durée de l'occupation spectatorielle du site d'exploitation cinématographique.

Deux paramètres indispensablement liés à cette description des salles de cinéma ont été omis dans le paragraphe précédent puisque leur nature est particulièrement changeante, et ce, non seulement d'un site d'exploitation à l'autre, mais aussi d'une séance de projection à une autre : il s'agit des textes filmiques qui y sont projetés et des spectateurs qui occupent ces sites d'exploitation. Il serait toutefois mal approprié de les décrire comme composantes intégrées des salles de cinéma puisque la circulation des textes filmiques peut se dérouler de manière indépendante à ce mode d'exploitation et que les individus qui fréquentent les salles ne sont en pratique aucunement réduits à leur seul rôle ou identité de spectateurs. Sans ces deux éléments, le cinéma en salle n'aurait toutefois ni sujet ni objet défini. Les interrelations entre spectateurs, textes filmiques et différentes composantes des salles de cinéma au moment de l'occupation du site d'exploitation représentent plutôt la matière de l'expérience spectatorielle et ne constituent donc pas des propriétés des salles de cinéma à proprement dire. Ce tissu de relations, situé dans le temps – sur toute la durée de l'occupation du site d'exploitation – et



l'espace – sur toute l'étendue spatiale d'une salle de cinéma –, correspond à ce que nous désignons dans ce mémoire comme l'*expérience du cinéma en salle*.

En effectuant une étude approfondie d'approches marquantes de la théorie et de l'histoire de la réception et de l'expérience spectatorielle du cinéma élaborées dans le cadre des études cinématographiques, nous relèverons au sein de chacune d'elles la conception théorique qu'on y élabore des salles de cinéma et de l'*expérience du cinéma en salle*. Les diverses approches retenues, comme nous le verrons, adoptent chacune à un degré plus ou moins explicite une conception du cinéma en salle comme forme d'expérience spectatorielle proprement cinématographique. À tout le moins, elles décrivent les salles de cinéma comme composante matérielle et symbolique incontournable de notre compréhension théorique, culturelle et historique du cinéma comme média. Puisque chacune de ces conceptions de l'expérience spectatorielle et de la réception d'images animées reposent sur ce contexte spécifique de consommation et d'exploitation du cinéma, l'analyse de ces approches permet de cerner dans les discours qu'elles portent certains principes qui guideront notre définition de la notion d'*expérience du cinéma en salle*, c'est-à-dire d'une expérience déterminée par un ensemble complexe de relations entre spectateurs, textes filmiques et composantes matérielles ou symboliques des salles de cinéma. En d'autres termes, nous analyserons les différents discours théoriques et historiographiques retenus afin d'exposer plus explicitement les diverses (et parfois contradictoires) formes de médialité conférées aux salles de cinéma afin ultimement de formuler un modèle théorique permettant de comprendre comment il est possible de saisir toute la complexité de l'expérience spectatorielle du cinéma en salle dans le cadre et dans l'état actuel de la discipline des études cinématographiques.

Afin de relever et d'étudier les diverses formes de médialité conférées aux salles de cinéma au sein des approches retenues nous ferons appel à la théorie des médias développée par Jay D. Bolter et Richard Grusin et plus précisément à leurs concepts de transparence médiatique et d'immédiateté (« immediacy ») ainsi que d'opacité médiatique et d'hypermédiation (« hypermediacy »). Ces concepts désignent deux ensembles de croyances, de pratiques médiatiques et de logiques culturelles qui s'expriment différemment selon le contexte historique et socioculturel. Ils permettent d'abord de partager les différentes approches théoriques et historiographiques entre celles privilégiant une conception théorique

de la transparence médiatique des salles de cinéma – le site d’exploitation dissimule ses propres effets de médiation au profit d’une impression d’immédiateté de l’objet de la représentation filmique – et celles qui portent plutôt une conception de l’opacité médiatique des salles obscures – les effets de médiation du site d’exploitation sont exposés et procurent une impression d’hypermédiation c’est-à-dire que leur expérience sensible constitue une fin en soi. Qu’elles se rapprochent d’une conception de la transparence ou de l’opacité médiatique des salles de cinéma, les différentes approches théoriques et historiographiques retenues attribuent toutes certaines formes de médialité aux salles de cinéma afin de définir la nature de leur relation à certaines composantes et certains paramètres constitutifs de l’expérience du cinéma en salle.

Au terme de cette analyse de différents discours théoriques ou historiographiques, nous proposons un modèle théorique de l’expérience du cinéma en salle tel qu’il est possible de le formuler dans l’état actuel du champ des études cinématographiques. Les différents principes qui guident l’attribution de certaines formes de médialité aux salles de cinéma et à l’expérience spectatorielle dans les approches analysées servent de fondement à cette conception théorique de l’expérience du cinéma en salle en tant qu’*expérience hétérotopique du cinéma*. S’il peut paraître que ce type de site d’exploitation est conçu afin d’optimiser les conditions techniques de la présentation d’images filmiques, il s’avère qu’il occupe la fonction prépondérante de favoriser l’adoption d’un état ou d’une posture spectatorielle particulière. Les spectateurs constituent ainsi l’objet premier des divers effets de médiation des salles de cinéma, que ceux-ci soient de nature à influencer leur interprétation du texte filmique ou plutôt à procurer des sensations corporelles, certains types de relations interpersonnelles ou une forme d’auto-réflexivité spectatorielle. Enfin, la conception de ce type de site d’exploitation comme *espace autre* – emplacement symbolique de l’imaginaire cinématographique, d’une posture d’énonciataire fictif ou de l’expérience spectatorielle quotidienne de l’extraordinaire – traverse l’ensemble des discours à l’étude dans ce mémoire. Cette idée d’espace tiers, négociant la rencontre de l’expérience réelle de la vie en société et celle de l’imaginaire cinématographique, mérite d’être élaborée brièvement en profitant de l’éclairage que peuvent apporter les contributions théoriques de chercheurs provenant d’autres disciplines comme la philosophie (les emplacements hétérotopiques selon Michel Foucault), l’anthropologie (les

non-lieux selon Marc Augé) et l'architecture (la séparation culturelle et architecturale entre authenticité et représentation selon Amir Ameri). Ces derniers croisements interdisciplinaires nous permettent ultimement de démontrer comment la conception de l'*expérience du cinéma en salle* qui se dégage de l'étude des différents discours théoriques et historiographiques retenus – représentatifs de l'état actuel de la question dans le champ des études cinématographiques – correspond à ce que nous désignons, à partir de la notion d'hétérotopie décrite par Foucault, comme l'*expérience hétérotopique du cinéma*.

## PREMIER CHAPITRE

### **Transparence, opacité, complexité et intermédialité du cinéma en salle**

Comme nous le rapportons en introduction, les conceptions de l'expérience spectatorielle mises de l'avant par les différentes approches théoriques et historiographiques retenues ne sont qu'indirectement intéressées aux salles de cinéma dans la mesure où elles se fondent de manière plus ou moins implicite sur le contexte du cinéma en salle comme modalité de consommation d'images animées unique ou dominante. Pour certaines de ces approches, l'effacement et l'estompement de l'ensemble des effets de médiation de l'appareillage et du langage cinématographique constituent les fonctions premières des composantes architecturales et technologiques des salles de cinéma. Pour les autres, l'expérience du cinéma en salle, loin de se concentrer uniquement sur le rapport spectatorial au texte filmique présenté, se caractérise par les différentes formes de médiation auxquelles sont exposés les spectateurs qui occupent les salles de cinéma. Afin de situer ces approches sur un même axe de pertinence et de résoudre les contradictions qui compliquent l'articulation des différentes formes de médialité que chacune attribue aux salles de cinéma, nous les analysons à l'aide de la théorie des médias de Jay D. Bolter et Richard Grusin et plus particulièrement au moyen de la distinction qu'ils font entre deux ensembles de conceptions culturelles et théoriques des fonctions d'un média : la *transparence médiatique* et l'*opacité médiatique*<sup>1</sup>. L'ensemble des principes ainsi relevés qui guident l'attribution, selon ces différentes approches, de divers effets de médiation aux salles de cinéma servira à l'élaboration d'une conception de *l'expérience du cinéma en salle* permettant de décrire les différentes formes de médialité qui y sont attribuées et plus précisément celles conférées directement à ce type de site d'exploitation en tant que composante intermédiaire du cinéma comme système médiatique complexe.

---

<sup>1</sup> Nous revenons plus loin dans ce chapitre sur les notions d'*immediacy* et d'*hypermediacy* définies par Jay D. Bolter et Richard Grusin (*Remediation: Understanding New Media*, Cambridge [MA] : MIT Press, 1999.). Chacune de ces notions possède deux aspects fondamentaux que nous désignerons chacun par une formule en français. Les formules « transparence médiatique » et « immédiateté » correspondent aux deux aspects de la notion d'*immediacy* et ceux de l'« opacité médiatique » et de l'« hypermédiation » correspondent à ceux de la notion d'*hypermediacy*.

Les travaux scientifiques retenus et décrits en introduction partagent tous un trait commun : bien qu'ils reposent parfois sur des fondements contradictoires, leurs conceptions théoriques respectives se fondent de manière plus ou moins explicite sur le principe d'une certaine forme de médialité du cinéma en salle, sur le constat de certains effets de médiation que procurent les salles de cinéma. La théorie des médias de Bolter et Grusin révèle les processus qui entraînent la définition culturelle et synchronique de différentes conceptions historiques d'un média et elle nous permet de situer sur un même axe de pertinence ces différentes approches du cinéma en salle. Ainsi la dissimulation des effets de médiation des composantes architecturales, technologiques et symboliques des salles de cinéma tout comme l'impression d'*immédiateté* qu'elle procure constituent – notamment dans les écrits de Baudry et de Metz ainsi que dans le cas du cinéma de fiction chez Odin – une forme de médialité du cinéma en salle qui repose sur une conception de la *transparence médiatique* de l'expérience du cinéma en salle. Pour les historiographes de la New Cinema History, mais aussi dans l'application du modèle sémiopragmatique d'Odin à certains modes d'exploitation ou de consommation du cinéma, l'épreuve directe, sensible et sociale des effets de médiation des composantes architecturales, technologiques et symboliques de ce type de site d'exploitation ainsi que le processus d'*hypermédiation* que représente cette expérience spectatorielle constituent une forme de médialité du cinéma en salle qui repose sur une conception de l'*opacité médiatique* de la réception du cinéma. Ainsi situées sur un axe commun de compréhension, ces approches pouvant d'abord sembler inconciliables forment un ensemble cohérent dans la mesure où elles mobilisent chacune une conception théorique et culturelle de la médialité de l'expérience spectatorielle du cinéma en salle.

Les notions d'*immediacy* et de *hypermediacy*, que Jay D. Bolter et Richard Grusin définissent dans leur ouvrage sur les nouveaux médias, sont en fait deux ensembles de croyances, de pratiques médiatiques et de conceptions culturelles qui s'expriment différemment selon le contexte historique et socioculturel<sup>2</sup>. Il ne s'agit pas de propriétés spécifiques à certains types de médiums, mais bien de deux manières de concevoir culturellement et théoriquement les fonctions d'un média qui ont marqué l'histoire occidentale<sup>3</sup>. Ces deux notions permettent aux

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 30-31.

<sup>3</sup> À cet effet, il est important de souligner la distinction que nous souhaitons faire entre les termes « médium » et « média » : ce dernier désigne la forme institutionnalisée d'un mode d'expression ou de communication

auteurs de distinguer des pratiques de loisir, de consommation culturelle ou artistique selon qu'elles privilégient l'une ou l'autre de ces conceptions culturelles d'un média. Elles constituent les deux pôles d'un même axe sur lequel nous pourrions situer la conception théorique de l'expérience spectatorielle du cinéma en salle des différentes approches théoriques et historiographiques retenues en fonction de leur proximité du pôle de la transparence médiatique ou de celui de l'opacité médiatique.

Nous traduisons chacune des deux notions par deux formules qui correspondent respectivement à un sens épistémologique et à un sens psychologique tels qu'ils sont définis par Bolter et Grusin<sup>4</sup>. En ce qui concerne la notion d'*immediacy* il sera question ici de *transparence médiatique* et d'*immédiateté*. La première formule correspond au sens épistémologique de l'*immediacy* : « In the epistemological sense, immediacy is transparency : the absence of mediation or representation<sup>5</sup>. » La notion de transparence médiatique désigne l'idée qu'un médium puisse être en mesure de s'estomper complètement (ou qu'il vise à le faire) pour laisser paraître l'objet de la représentation comme étant directement « présent » aux spectateurs. Dans la mesure où ils adhèrent à ce type de croyance, ces derniers attendent de leur expérience médiatique qu'elle leur permette d'acquérir une connaissance de l'objet de la représentation qui correspondrait à celle que procure l'expérience réelle de cet objet. Cette notion ne désigne pas la propriété concrète d'un médium, mais plutôt des fonctions culturellement attribuées à un médium et qui en déterminent l'identité, la fonction sociale et économique en tant que média. Ainsi, un médium peut être perçu à une certaine époque ou dans certaines communautés comme étant transparent à l'objet qu'il représente alors que dans un autre contexte social ou historique on conçoit que ce même médium est particulièrement opaque et qu'il expose ses divers effets de médiation. L'*immédiateté* correspond au sens psychologique d'*immediacy* et désigne l'impression des spectateurs de se trouver en présence immédiate de l'objet représenté : « In its psychological sense, immediacy names the viewer's feeling that the medium has disappeared and the objects are present to him, a feeling that his

---

médiatique alors que le premier désigne spécifiquement les aspects de la matérialité ou la technicité d'un processus médiatique.

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 70-71.

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 70.

experience is therefore authentic<sup>6</sup>. » L'expérience éprouvée de l'objet représenté donnerait pour ainsi dire l'impression d'être en présence *immédiate* de cet objet.

L'*opacité médiatique* est en quelque sorte une notion opposée de l'idée de transparence médiatique. La formule correspond au sens épistémologique de l'*hypermediacy* : « In its epistemological sense, hypermediacy is opacity – the fact that knowledge of the world comes to us through media<sup>7</sup>. » Cette notion exprime donc l'idée que toute connaissance du monde n'est possible qu'au travers d'un processus ou d'un acte de médiation. Les usagers d'un média sont dans un rapport de constante médiation avec leur environnement et c'est l'épreuve de ces effets de médiation qui constituent l'objet premier de leur expérience médiatique. Il ne s'agit pas d'identifier les caractéristiques propres à tous les médias ou à toutes les formes d'expériences médiatiques, mais plutôt de relever la conception culturelle de l'opacité d'un média. Selon cette perspective, il révèle ou il aurait pour fonction de révéler sa médialité en mettant l'accent sur les effets de médiation plutôt que de s'effacer au profit d'une impression de relation « authentique » avec l'objet de la représentation médiatique. Ainsi un même médium peut paraître transparent à l'objet représenté et subitement révéler sa médialité en laissant explicitement paraître les effets de médiation qu'il met en action. L'*hypermédiation* correspond pour sa part au sens psychologique d'*hypermediacy* et désigne l'épreuve directe des effets de médiation et donc du médium lui-même comme objet authentique de cette expérience : « [...] it is the insistence that the experience of the medium is itself an experience of the real<sup>8</sup>. » Il s'agit donc de l'impression que peuvent avoir les usagers d'un média d'éprouver ou d'être en mesure d'atteindre une expérience authentique du médium lui-même.

Comme le soulignent Bolter et Grusin, tant les fonctions esthétiques, formelles et technologiques d'un média que ses aspects économiques ou sociaux contribuent à la constitution d'une conception culturelle de la médialité d'un média. Ces différents aspects ou fonctions de l'expérience médiatique ne sont pas nécessairement tous perçus selon une ou l'autre des conceptions culturelles des médias – soit transparence soit opacité médiatique – et peuvent composer ainsi un ensemble complexe de médiations de différents types. Toutefois, chacune des approches théoriques ou historiographiques retenues privilégie l'une ou l'autre

---

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 70-71.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 71.

des deux conceptions culturelles. Ce parti pris oriente l'attention des chercheurs qui adoptent ces différentes approches sur les aspects de l'expérience spectatorielle et sur les composantes technologiques ou architecturales des salles qui confortent soit l'idée de la transparence soit celle de l'opacité médiatique l'expérience du cinéma en salle. Ainsi, si Baudry n'interroge dans son cas pas du tout les aspects sociaux ou économiques de l'expérience spectatorielle au profit d'une étude concentrée sur le fonctionnement technique du dispositif cinématographique, Metz intègre les aspects sociaux et économiques de la consommation et de l'exploitation du cinéma en salle dans la mesure où ceux-ci reflètent, soutiennent ou renforcent les fonctionnements et les effets psychiques du signifiant imaginaire. Dans de pareils cas, une conception de la transparence médiatique du cinéma caractérise leur compréhension des fonctions techniques et esthétiques de l'appareillage cinématographique ainsi que des aspects économiques et sociaux du cinéma en salle. Les historiographes de la New Cinema History privilégient pour leur part tout d'abord la socialité de la sortie au cinéma en révélant comment les salles peuvent participer à la médiation de formes de sociabilité, d'appartenances sociales ou des interactions au sein d'une communauté ou entre différentes communautés<sup>9</sup>. La nature du rapport des spectateurs aux textes filmiques présentés dans ces salles est complètement évacuée puisque cet aspect de l'expérience du cinéma en salle tend plutôt à contredire la conception de l'opacité médiatique du cinéma sur laquelle repose leur compréhension de la socialité intrinsèque de la consommation du cinéma sur ce type de site d'exploitation. La sémio-pragmatique d'Odin est un modèle théorique ouvert qui permet pour sa part de concevoir les deux notions de la transparence et de l'opacité d'un média, mais le cas précis du cinéma en salle est conçu comme une forme institutionnelle fondamentalement associée à la communication fictionnelle et conçue pour procurer ce que nous désignons comme une impression d'immédiateté. Toutefois, comme Bolter et Grusin l'expliquent dans leur ouvrage, une approche qui ne privilégie qu'une partie des différents aspects ou fonctions

---

<sup>9</sup> La notion de « socialité » a notamment été définie par le sociologue Michel Forsé : « La socialité est sans doute le concept le plus général que l'on puisse former pour désigner l'être en société. Elle se manifeste d'un côté par les relations que nous entretenons concrètement avec des individus ou des groupes primaires, de l'autre par les rapports plus abstraits dans lesquels nous entrons inévitablement avec des groupes secondaires. Pour ce second aspect on peut parler de "sociétalité", par opposition à la sociabilité qui recouvre le premier. », « Les réseaux de la sociabilité : un état des lieux », *L'année sociologique*, vol. 41, 1991, p. 247. Notre emploi du terme désigne ainsi le réseau complexe en constante évolution de relations de sociabilité, de rapports sociaux plus abstraits et de toute autre forme de médiation sociale pouvant constituer des formes de socialité.



d'un média dans un contexte sociohistorique donné demeure résolument restreinte. Ils illustrent leur propos avec un exemple qui nous intéresse tout particulièrement dans le cadre de ce mémoire :

In the case of film, for example, when we look at what happens on the screen (in a darkened theater), we can see how film refashions the definitions of immediacy [...]. However, when the film ends, the lights come on, and we stroll back into the lobby of, say, a suburban mall theater, we recognize that the process of remediation is not over. We are confronted with all sorts of images (posters, computer games, and videoscreens), as well as social and economic artifacts (the choice of films offered and the pricing strategy for tickets and refreshments). These do not simply provide context for the film itself; they take part in the constitution of the medium of film as we understand it in the United States today. We must be able to recognize the hybrid character of film without claiming that any one aspect is more important than the others<sup>10</sup>.

En d'autres mots, les deux auteurs soutiennent la nécessité de reconnaître les différents types de conception de la médialité d'un média sans que l'une ou l'autre des notions de transparence ou d'opacité médiatique y soit associée de manière exclusive. À titre de conceptions culturelles, ces définitions synchroniques en constante transformation et parfois contradictoires forment un ensemble complexe qui permet de décrire de manière plus adéquate les diverses et potentielles fonctions attribuées à un média.

Étant donné la complexité des processus qui définissent synchroniquement les fonctions d'un média et le vaste champ de l'expérience spectatorielle du cinéma, il serait donc peu approprié de tenter une définition arrêtée de l'identité médiatique du cinéma ou des salles de cinéma au risque alors de restreindre la portée d'une telle conception à quelques composantes ou paramètres isolés de l'expérience du cinéma en salle. Afin de bien exposer les diverses formes de médialité attribuées aux salles de cinéma dans les approches théoriques et historiographiques retenues, il ne s'agira donc pas ici d'étudier les effets de médiation relevés comme des paramètres déterminant le cinéma en tant que média fixe et précis, mais plutôt comme des attributs culturels et théoriques synchroniques du cinéma en tant que système ouvert, au sens entendu dans la théorie des systèmes et auquel se rapporte notamment Edgar Morin dans ses écrits sur la pensée complexe<sup>11</sup>. André Gaudreault et Philippe Marion utilisent

---

<sup>10</sup> Bolter et Grusin, p. 67.

<sup>11</sup> Edgar Morin, *Introduction à la pensée complexe*, Paris : Éditions du Seuil, 1990, p. 26-78. Nous référons ici les lecteurs au chapitre intitulé « Le dessin et le dessein complexes », mais, comme le titre de l'ouvrage l'indique, la lecture du volume entier constitue un excellent aperçu général de cette notion centrale dans l'œuvre théorique et philosophique de Morin.

également un modèle systémique dans leur approche théorique de la généalogie des médias afin de relativiser la stabilité d'une identité médiatique ainsi que pour souligner le caractère évolutif et intermédiaire de l'organisation de l'ensemble des paramètres et composantes qui permettent de définir un média dans un contexte culturel et historique précis :

« [...] un média n'est en fait qu'un *système* de paramètres qui connaissent une évolution propre, en amont et en aval de cet équilibre singulier, mais provisoire, qui le constitue en tant que média. [...] Pour arriver à bien comprendre le fonctionnement d'un média comme le cinéma, il nous faut considérer celui-ci comme un faisceau de convergences – un *prisme* en quelque sorte –, ayant comme effet d'entrelacer différents paramètres. Le plus souvent, ces paramètres n'appartiennent pas exclusivement au seul média considéré. Au contraire, ils sont souvent pris dans un système de relations intermédiaires<sup>12</sup>. »

Ainsi, l'expérience spectatorielle du cinéma se conçoit comme un ensemble complexe, hétérogène et ouvert de composantes et de paramètres différents en interrelation. L'organisation de ces composantes constitutives – c'est-à-dire l'agencement qui résulte de leurs interrelations ainsi que de leurs relations avec les éléments de leur environnement extérieur – produit un système, constitue le cinéma comme système ouvert. Ces différentes relations – comme les différentes composantes systémiques qu'elles mettent en relation – sont constitutives du cinéma comme système. Ces processus d'interrelations soumettent le système auquel ils participent à une constante réorganisation des rapports entre ses composantes systémiques, et ce, soit afin d'en stabiliser la constitution générale, soit pour le transformer ou l'adapter à un environnement changeant. En adoptant cette perspective, les salles de cinéma constituent elles-mêmes une composante complexe au sein du cinéma comme système c'est-à-dire qu'elle se constitue d'un ensemble hétérogène de paramètres ou de « sous-composantes » en interrelation. Il s'agit d'une composante complexe dans la mesure où les salles de cinéma peuvent prendre différentes formes matérielles (aménagement, localisation, architecture, équipement technologique, etc.), symboliques ou théoriques (conçues comme sites de la transparence ou de l'opacité médiatique, etc.) et sociohistoriques (différents usages industriels ou différents types de publics selon le contexte social ou historique, etc.). Ce modèle de la complexité de l'expérience spectatorielle du cinéma comme système permet donc d'articuler

---

<sup>12</sup> André Gaudreault et Philippe Marion, « Cinéma et généalogie des médias », *Médiamorphoses*, n° 16, 2006, p. 25. Souligné dans le texte.

et de faire interagir sur un plan théorique des conceptions parfois contradictoires de la médialité du cinéma en salle.

À l'image de la théorie des médias de Bolter et Grusin, la conception d'un modèle des salles de cinéma en tant que composante du cinéma comme système correspond davantage à une modélisation des processus de construction culturelle et théorique de ce type de site d'exploitation qu'à un véritable modèle théorique. Selon Morin, la grande valeur de la théorie des systèmes est justement « d'avoir conçu la notion de système, ni comme une notion "réelle", ni comme une notion purement formelle, mais comme une notion ambiguë ou fantôme<sup>13</sup> ». En d'autres mots, cette notion vise ni à représenter objectivement une réalité observable ni à proposer un modèle théorique absolu ne servant qu'à être manipulé comme une abstraction. L'ensemble des effets de médiation attribués aux salles de cinéma est si vaste et complexe qu'on ne pourrait prétendre en rendre un modèle théorique exhaustif qui serait à l'épreuve des variations synchroniques de ce mode de consommation et d'exploitation cinématographiques. Une approche complexe de l'expérience cinématographique rejette ainsi toute tentative de définition exhaustive : un système complexe est ouvert, en constante interrelation avec son environnement et est donc sujet à une transformation constante de son organisation interne. Ainsi, les différentes perspectives théoriques ou historiographiques retenues constituent un échantillon jugé représentatif de l'état de la question de l'expérience du cinéma en salle dans le cadre des études cinématographiques, mais elles ne permettent en aucun cas de définir de manière exhaustive le cinéma comme système médiatique ni même de saisir toute la complexité de l'expérience cinématographique. En fait, la modélisation théorique qui sera proposée en conclusion de ce mémoire vise, comme le proposent explicitement Bolter et Grusin avec leur théorie des médias, à offrir un modèle qui ne cherche pas à expliquer les fonctions essentielles du cinéma en salle comme média, mais qui offre plutôt un moyen de comprendre comment ou par quels processus sont théoriquement et culturellement attribués différents effets de médiation aux salles de cinéma et comment ces processus confèrent différentes formes de médialité à l'*expérience du cinéma en salle*.

---

<sup>13</sup> Morin, 1990, p. 29.

Une approche complexe de l'expérience cinématographique nécessite également la définition d'un objet d'étude complexe et ouvert ce à quoi correspond la notion d'*expérience du cinéma en salle* qui désigne l'ensemble des effets et actes de médiation qui se produisent sur toute l'étendue du site de la salle de cinéma, tout au long de la durée de l'occupation spectatorielle de ce site. Cette notion distingue les effets ou actes de médiation objectifs que peuvent éprouver ou accomplir tous les spectateurs qui occupent une salle de cinéma de l'expérience subjective et individuelle de ces mêmes effets ou actes de médiation. L'expérience du cinéma en salle s'étend donc au-delà de la seule période de projection d'un film et se limite plutôt à toute la durée de l'occupation d'une salle de cinéma. Les effets et actes de médiation qui constituent cette expérience spectatorielle sont le produit des vibrations sensorielles du texte filmique projeté, mais aussi notamment de la pratique de l'espace du site d'exploitation, des rapports interpersonnels entre spectateurs ainsi que de l'usage que ceux-ci et les différents acteurs de l'industrie du cinéma font des salles de cinéma. Les diverses composantes et paramètres qui constituent synchroniquement l'expérience spectatorielle sur ce type de site d'exploitation (qu'il s'agisse de composantes matérielles du site d'exploitation, des individus qui en font usage, etc.), leur interaction entre eux et avec leur environnement et les effets de médiation qu'ils procurent participent à la construction culturelle et historique de chaque occurrence historique de l'*expérience du cinéma en salle* et y confèrent par le fait même une forme de médialité précise et complexe. En ce sens, l'usage de la notion d'« expérience » vise à désigner un objet d'enquête théorique qui n'est pas définitif et arrêté, mais plutôt en perpétuelle redéfinition, et adapté en synchronie avec le contexte sociohistorique dans lequel elle s'éprouve.

## DEUXIÈME CHAPITRE

### **Le dispositif et le signifiant imaginaire : cinéma en salle et transparence médiatique**

Qu'y a-t-il dans la salle de cinéma qu'occupe le spectateur imaginé par Roland Barthes dans « En sortant du cinéma<sup>1</sup> »? Que s'y passe-t-il? Dans ce bref article consacré à l'activité des spectateurs, l'auteur mentionne la lumière reflétée sur l'écran, mais aussi, et surtout, le faisceau lumineux du projecteur « visible et inaperçu<sup>2</sup> ». Il y reconnaît aussi le son, le grain du son, ainsi que la présence devinée d'une « masse obscure des autres corps<sup>3</sup> », anonymes et désarticulés. Parmi les éléments qui caractérisent, selon le sémiologue, l'expérience cinématographique se trouve, par ailleurs, la « salle ». Dans son texte, le site d'exploitation demeure toutefois « un cube obscur, anonyme, indifférent<sup>4</sup> » qui n'est défini que par le « noir » et qui est abordé selon trois aspects, trois de ses usages : la sortie d'une salle, l'entrée en salle et la salle comme site (ou situation) d'une relation privilégiée entre les spectateurs et l'image projetée.

La confusion – de laquelle Barthes cherche à s'affranchir dans le passage cité en épigraphe de ce mémoire – entre deux objets que peut désigner le mot « cinéma » (soit « salle de cinéma » soit « texte filmique ») est selon nous révélatrice. D'une certaine manière, l'expression « le “noir” du cinéma » exprime avec justesse l'imprécision et le flou entretenu, dans une certaine conception de la transparence médiatique du cinéma, autour de la limite qui distingue les images filmiques des conditions dans lesquelles elles sont vues, un flou qui estompe le site d'exploitation, l'activité des spectateurs et le reste du monde. Malgré le fait qu'il analyse dans cet article la posture corporelle des spectateurs, la matérialité et à l'épreuve sensible de leur activité, Barthes – comme bon nombre de théoriciens, d'historiens et de chercheurs qui se sont penchés sur la question de la réception au cinéma et de l'expérience des spectateurs – met dans son analyse l'accent sur les images filmiques et les conditions techniques de la *projection* cinématographique. Le site d'exploitation perd son opacité; il devient complètement

---

<sup>1</sup> *Communications*, n° 23, 1975, p. 104.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 105.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 106.

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 104.

transparent à cet autre objet que sont les images projetées. Il y a un important angle mort – que nous considérons être « le “noir” du cinéma » – dans cette conception théorique de l’expérience du cinéma en salle : elle ignore une partie de ce qui caractérise le cinéma en salle et notamment l’aménagement et l’architecture de l’ensemble du site d’exploitation, mais aussi les aspects sociaux et économiques de ce mode de consommation et d’exploitation d’images animées.

Le sujet-spectateur décrit par Roland Barthes se trouve au cinéma dans des conditions similaires à celles de l’hypnose et du rêve. Il est en quelque sorte enfermé avec les images projetées à l’écran, dans une posture de proximité extrême avec un danger que Barthes nomme l’« Idéologique ». Cet article côtoie dans un même numéro de la revue *Communications* deux textes importants de la théorie du spectateur : « Le dispositif : approches métapsychologiques de l’impression de réalité » de Jean-Louis Baudry et « Le signifiant imaginaire » de Christian Metz<sup>5</sup>. En plus d’une réflexion sur la posture du spectateur de cinéma, il partage aussi avec ceux-ci la référence aux acquis de la psychanalyse. L’apport de cette discipline – sur les questions, entre autres, de l’hypnose et du rêve – inspire à Metz son article sur le dispositif psychique du spectateur de cinéma et à Baudry son article qui fait suite à son questionnement sur les effets idéologiques du cinéma. Nous étudions dans ce chapitre les écrits de ces deux théoriciens de l’expérience cinématographique puisqu’ils constituent des textes influents, mais aussi très critiqués, dans le cadre des études cinématographiques. Leurs écrits illustrent de façon étoffée ce que nous considérons comme une conception théorique de la transparence médiatique du cinéma. Ils marquent également l’émergence dans la discipline d’un discours théorique sur l’agencement des salles de cinéma et sur la nature des rapports entre les spectateurs et différentes composantes de ce type de site d’exploitation.

En relevant dans deux articles de Jean-Louis Baudry les éléments d’une conception de la transparence médiatique de ce qu’il désigne par la notion de « dispositif », nous verrons comment l’agencement de certaines composantes des salles de cinéma – le projecteur, l’écran,

---

<sup>5</sup> Jean-Louis Baudry, « Le dispositif : approches métapsychologiques de l’impression de réalité », *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975, p. 56-72; Christian Metz, « Le signifiant imaginaire », *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975a, p. 3-55. L’article de Metz est repris en 1977 avec d’autres articles dans une monographie consacrée à sa théorie du spectateur de cinéma. Voir la réédition parue sept ans plus tard, Christian Metz, *Le signifiant imaginaire. Psychanalyse et cinéma*, Paris : Christian Bourgois Éditeur, 1984.

les spectateurs plongés dans l'obscurité de la salle – porte un discours précis sur la médialité du cinéma en salle en déterminant comme objet essentiel de l'expérience cinématographique l'atteinte d'un état spectatorielle particulier, d'une posture qui favorise – selon l'expression tirée du travail de Bolter et Grusin – une impression d'immédiateté.

À partir de notre étude des écrits de Metz sur la notion de signifiant imaginaire – qui se fondent sur un constat similaire à celui de Baudry, tout en l'élaborant de manière plus complexe, quant à l'effet du dispositif sur la réalisation d'un « état filmique » –, nous mettons en évidence le caractère imaginaire et symbolique de la médialité qu'il attribue au cinéma en salle c'est-à-dire à l'état psychique spectatorielle, aux effets de médiation propres à l'agencement des composantes de la salle de projection et à l'impression d'immédiateté qui les caractérise. Le site d'exploitation cinématographique s'instaure ainsi sur le mode imaginaire en un *espace autre* – n'appartenant complètement ni à l'espace social et réel ni au monde représenté sur l'écran – et est institutionnalisé comme objet privilégié de l'expérience cinématographique dans la mesure où – toujours à sur un mode symbolique – il conditionne et suscite l'adoption d'une posture spectatorielle particulière et où il constitue un passage favorisant l'immersion dans cet état et l'émersion hors de celui-ci.

### **Jean-Louis Baudry et la théorie du dispositif**

À une époque où les études cinématographiques ont suivi un tournant linguistique et où les théoriciens se sont intéressés au langage et à la sémiologie du cinéma, les articles de Jean-Louis Baudry possédaient une originalité certaine : il était rare alors de poser dans ce champ disciplinaire un regard analytique sur les effets du contexte de représentation des images filmiques. S'il met en évidence dans ses articles la matérialité et les médiations de la technique cinématographique, faisant ainsi valoir une certaine opacité médiatique, son approche théorique vise d'abord à décrire la qualité de transparence des représentations filmiques et, dans la foulée, à critiquer les supposés dangers idéologiques que cela pourrait impliquer. Le sujet-spectateur s'identifie à l'appareil de base pour mieux l'effacer de sa conscience au profit d'une perception en apparence continue et immédiate des objets représentés par le texte filmique. L'impression de réalité que procure cette forme d'identification exposerait le sujet-spectateur aux dangers des effets idéologiques de l'appareil auquel il s'identifie. Le sujet-

spectateur serait ainsi laissé à lui-même, enfermé avec les images filmiques complètement isolées de la réalité et faisant l'expérience d'une perception visuelle illusoire.

### **Autodissimulation des médiations de la salle de projection**

Jean-Louis Baudry a formulé dans ses articles les notions de « dispositif » et d'« appareillage de base » qui ont ensuite alimenté les théories de la réception et de l'expérience cinématographiques au cours des décennies qui ont suivi. Elles ont contribué à l'élaboration du concept critiqué de ce que nous désignons comme le « sujet-spectateur » et à la compréhension théorique de l'impression de réel du cinéma. La théorie du dispositif s'impose dans le cadre d'une enquête sur la conception théorique de la médialité des salles de cinéma au sein des études cinématographiques puisque la notion permet d'étudier directement les effets de médiation de différentes composantes de la salle de projection cinématographique. Nous retiendrons notamment de cette approche théorique la conception d'un effet de médiation propre à l'agencement des composantes de ce dispositif – la disposition « projecteur-spectateur-écran » – c'est-à-dire celui de dissimuler tout autre effet de médiation produit par l'ensemble de l'appareillage de base, ce qui inclut de manière implicite, en plus de l'outillage technique et du langage formel de la production cinématographique, toutes les autres composantes matérielles de la salle de projection ainsi que de l'entièreté du site d'exploitation.

Baudry a d'abord fait appel à ces deux notions dans l'article intitulé « Cinéma : effets idéologiques produits par l'appareil de base » dans lequel il affirme que le spectateur de cinéma est conditionné par le système idéaliste de l'appareillage cinématographique : il devient, durant la projection, le lieu unique, synthétique et originaire du sens et de la continuité du mouvement de l'image. L'expression « appareil de base » désigne l'ensemble de l'outillage technique et du langage formel du cinéma, allant de la production à la présentation d'un film. Cet appareillage contribue à une forme d'identification du sujet-spectateur aux appareils et procédés techniques du médium cinématographique (la caméra, le montage, le projecteur) : « Le spectateur s'identifie donc moins avec le représenté, le spectacle même, qu'avec ce qui met en jeu ou met en scène le spectacle; avec ce qui n'est pas visible mais fait



voir, fait voir du même mouvement que lui, le spectateur, voit [...]»<sup>6</sup>. » Ce conditionnement du « sujet-spectateur » repose sur une fonction centrale, selon Baudry, de l'appareillage de base : dissimuler sa propre matérialité.

Baudry définit la notion de « dispositif » dans un second article intitulé « Le dispositif : approches métapsychologiques de l'impression de réalité<sup>7</sup> » où il précise que le dispositif est la composante de l'appareil de base qui ne concerne que la présentation du cinéma : l'écran, l'obscurité d'une salle et le projecteur situé derrière le sujet-spectateur, immobile. L'analyse de ces différents aspects du dispositif cinématographique le mène à établir des comparaisons entre l'expérience du sujet-spectateur et l'allégorie de la caverne de Platon. Comme la caverne pour les personnes qui y sont enchaînées, le dispositif cinématographique est imposant, mais invisible pour ses spectateurs. Cette transparence fait redouter à Baudry les dangers d'un usage idéologique du cinéma : selon son point de vue, le sujet-spectateur se trouve complètement seul vis-à-vis de l'image, aucun effet de discontinuité – nulle irruption du réel ou aucune épreuve concrète de la matérialité du dispositif – ne permet de remettre en question l'effet idéologique de l'image photographique animée.

La théorie du dispositif prend pour principal objet la salle de projection, ou plutôt quatre éléments précis qui la définissent dans les articles de Baudry c'est-à-dire l'écran, le projecteur, l'obscurité des salles et le sujet-spectateur. Seuls aspects matériels ou observables des salles de cinéma décrits par le théoricien, ces quatre éléments importent aux yeux de Baudry moins pour leurs propriétés respectives que pour leur agencement. La relation ternaire composée du *projecteur* dissimulé derrière le *sujet-spectateur* qui lui fait face à l'*écran* est en effet centrale dans cette théorie et permet les rapports de comparaison avec les théories psychanalytiques et l'allégorie de la caverne. En évoquant l'aménagement de la caverne de Platon, Baudry qualifie d'enfermement (idéologique) la disposition du projecteur et de l'écran : le sujet-spectateur y est enfermé avec les images projetées, et ce, notamment parce qu'il ne peut y voir que les réflexions sur l'écran et parce que la source lumineuse de celles-ci – le projecteur – leur est en quelque sorte inconnue puisque dissimulée.

---

<sup>6</sup> Jean-Louis Baudry, *L'effet cinéma*, Paris : Albatros, 1978, p. 25. Nous référerons pour les besoins de ce mémoire à cette réédition plus accessible de l'article « Cinéma : effets idéologiques produits par l'appareil de base » paru dans *Cinéthique*, n<sup>os</sup> 7-8, 1970, p. 1-8.

<sup>7</sup> Baudry, 1975.

Le sujet-spectateur constitue un des éléments du dispositif ce qui en fait un incontournable dans la conception théorique de la salle de projection de Baudry. Comme les autres composantes du dispositif cinématographique, le sujet-spectateur possède une fonction précise dont il ne peut se détourner : il doit sublimer sa propre personne et s'identifier à l'appareil de base du cinéma. Baudry reconnaît que « le sujet peut toujours fermer les yeux, se soustraire du spectacle, s'en aller mais, pas plus que dans le rêve, il ne possède les moyens d'exercer une action sur l'objet de sa perception, il ne peut changer volontairement son point de vue<sup>8</sup> » c'est-à-dire qu'il le fait aux dépens de sa consommation d'images animées. Le sujet-spectateur ne peut donc, selon Baudry, faire l'expérience d'une projection filmique sans être soumis au dispositif.

La principale critique de la théorie du dispositif vise le concept de ce que nous désignons comme le « sujet-spectateur » c'est-à-dire d'un sujet théorique et anhistorique, soumis et forcé en quelque sorte à son rôle de « lecteur » du film projeté, crédule et impuissant. Jean-Pierre Sirois-Trahan résume bien cette critique :

Pour Baudry et Metz, le spectateur n'est qu'un « rouage » du dispositif, une pièce dont le fonctionnement semble aussi mécanique que le projecteur. Le spectateur doit se conformer à la place que lui donne le film pour assurer la maintenance du dispositif entier. Non sans contradiction, si la théorie du dispositif est bien une théorie du spectateur, elle ne s'intéresse pas à la réception spectatorielle<sup>9</sup>.

La variation des interprétations et des comportements de chaque spectateur individuel au moment de la projection n'est pas prise en compte. Selon cette conception du dispositif cinématographique, le sujet-spectateur est en fait un sujet théorique auquel chaque spectateur individuel serait tenu de s'identifier au risque de fausser l'impression de réalité que vise à procurer le dispositif cinématographique. Le sujet-spectateur est donc complètement détaché d'un contexte sociohistorique et culturel. En ce sens, la théorie du dispositif de Baudry serait plutôt adaptée à un certain type de cinéma classique et pourrait servir comme « une sorte de modèle général du fonctionnement du film de fiction narratif-représentatif dominant<sup>10</sup> ». D'autres théoriciens et historiographes – il sera question de certains d'entre eux dans le prochain chapitre de ce mémoire – soulèveront par la suite cette critique en démontrant

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, p.69.

<sup>9</sup> Jean-Pierre Sirois-Trahan, « Dispositif(s) et réception ». *Cinémas*, vol. 14, n° 1, automne 2003, p. 152.

<sup>10</sup> Frank Kessler, « La cinématographie comme dispositif (du) spectaculaire ». *Cinémas*, vol. 14, n° 1, automne 2003, p. 24.

l'impossibilité d'appliquer cette théorie à différents contextes historiques et socioculturels, ou encore le fait que toutes les salles de cinéma n'attirent pas chacune un public semblable et homogène, mais bien plutôt un ensemble hétérogène de spectateurs déterminé, par exemple, par le contexte sociohistorique ou la localisation et les politiques de gestion des différents sites d'exploitation. En ce sens, les notions de dispositif et de sujet-spectateur ne peuvent constituer que des constructions théoriques visant, en empruntant la terminologie inspirée de la théorie des médias de Bolter et Grusin, à exprimer et démontrer une conception du cinéma en salle comme média transparent et surtout, dans le cas de Baudry, à exposer les potentiels effets idéologiques d'une telle transparence.

L'obscurité, quatrième composante citée par le théoricien, sert à la délimitation et l'encadrement de la surface de l'écran, mais aussi à établir une coupure du monde extérieur et à suspendre en quelque sorte l'épreuve de la réalité. Si la constance historique de cette caractéristique de l'expérience du cinéma en salle est peu probable, l'accent que Baudry met sur cet aspect de l'obscurité des salles illustre une conception plus générale de ce type de sites d'exploitation comme un espace clos et étanche où l'on ne trouve « nulle circulation, nul échange, nulle transfusion avec un dehors<sup>11</sup>. » Plus que l'agencement « projecteur-spectateur-écran », l'obscurité exprime avec force le type d'enfermement et d'emprise dont le sujet-spectateur est l'objet selon la théorie du dispositif. En effet, l'obscurité ne procure pas seulement une étanchéité au monde extérieur, mais elle est aussi responsable (de manière plus ou moins littérale) d'obscurcir et d'effacer de la conscience du sujet-spectateur la salle dans laquelle il se trouve, l'appareil de projection, la présence des autres spectateurs et même son propre corps. Seul avec sa propre conscience, le sujet-spectateur ne pourrait donc compter sur la matérialité du site d'exploitation, du projecteur ni même sur son corps ou de celui des autres spectateurs pour se tirer de sa torpeur. Comme la caverne pour les personnes qui y sont enchaînées, le dispositif cinématographique est selon Baudry théoriquement et objectivement imposant et incontournable, mais il est subjectivement invisible ou transparent pour les spectateurs qui n'en ont donc pas conscience : « [...] ceux qui y demeurent se trouvent qu'ils le sachent ou non (mais ils ne le savent pas), enchaînés, capturés ou captés [...] <sup>12</sup> ».

---

<sup>11</sup> Baudry, 1978, p. 23.

<sup>12</sup> *Ibid.*

Le fait que les composantes matérielles du dispositif cinématographique se limitent aux quatre éléments que sont le projecteur, l'écran, le sujet-spectateur et l'obscurité de la salle témoigne aussi des qualités de transparence médiatique que Baudry confère au site d'exploitation. En fait, c'est la durée de la séance de projection et l'espace occupé durant cette période de temps qui sont théoriquement isolés. Cette isolation est symptomatique de la prépondérance du texte filmique comme objet d'intérêt de ce type de conception théorique de la médialité du cinéma en salle : l'expérience du sujet-spectateur est délimitée par le début et la fin d'un film. La transparence médiatique du dispositif vient d'ailleurs soutenir et redoubler celle des autres composantes de l'appareil de base dans le texte filmique : par exemple, la prise de vue de la caméra et le montage, dont le fonctionnement est dissimulé et ne paraît pas dans le film, sont en premier lieu garants d'une continuité filmique qui construit un « effet-cinéma ». Comme le constate Omar Hachemi, l'appareil de base et le dispositif qui y est inclus sont des concepts théoriques qui intéressent ultimement le texte filmique plutôt que le contexte technique et matériel du cinéma :

En définitive, l'appareil de base dont la vocation première était d'élargir la réflexion ouverte par *Cinéthique* (tantôt focalisée sur la seule caméra) à l'ensemble de la technique cinématographique, se rabat [...] sur la catégorie du signifiant. À savoir que « l'appareil de base » n'intéresse Baudry que sous l'angle de ses manifestations visibles au sein du produit fini<sup>13</sup>.

En somme, le concept, tel que décrit par Jean-Louis Baudry, de la dissimulation du dispositif et de l'appareil de base a pour effet de renforcer et soutenir ce que nous reconnaissons comme une conception plus générale de la transparence médiatique du texte filmique.

La conception de la transparence médiatique se manifeste très clairement chez Baudry dans sa description de la dissimulation inhérente au cinéma du fonctionnement technique tant de son appareil de base que de son dispositif et donc de la salle de projection et, par extension, de l'ensemble du site d'exploitation. S'il a retenu les composantes qui participent objectivement à une certaine forme de dissimulation des médiations de la salle de projection et qui permettent d'attribuer au cinéma une fonction de transparence médiatique, il a aussi ignoré d'autres aspects des salles de cinéma qu'il n'est pas aussi évident d'associer à cet estompement du fonctionnement technique de ce type d'exploitation. Cette exclusion théorique est le

---

<sup>13</sup> Omar Hachemi, « Le moment du dispositif », dans François Albera et Maria Tortajada (dir.), *Ciné-dispositifs. Spectacles, cinéma, télévision, littérature*, Lausanne : L'Âge d'homme, 2011, p. 193.

symptôme le plus frappant d'une approche informée par une conception du cinéma comme média transparent.

Parmi ces composantes ignorées des salles de cinéma se trouvent le corps des spectateurs et l'aménagement du site d'exploitation outre le seul espace de la salle de projection. Elles comportent respectivement des aspects sociaux et économiques qui caractérisent aussi la médialité du cinéma en salle. Comme Bolter et Grusin le remarquent, la médialité qui singularise un média dans un contexte sociohistorique précis doit inclure l'ensemble des effets de médiation de ce média. En ce sens, le portrait du cinéma en salle brossé par Baudry est incomplet puisqu'il n'y intègre que les composantes matérielles et techniques du cinéma et de sa projection en salle. Le manque de considération pour les aspects socio-économiques de l'expérience du cinéma en salle contribue à renforcer une conception de la transparence médiatique, mais il est aussi à l'origine des nombreuses critiques de la théorie du dispositif et des reproches à l'effet qu'elle exige la conception d'un sujet-spectateur immobile, anhistorique, soumis au discours idéologique du texte filmique et qui ne serait finalement qu'un « "rouage" du dispositif ». Cet effacement fait notamment obstacle à une étude du cinéma en tant qu'objet de consommation ou en tant qu'activité publique et sociale.

Le fait que soient ignorés les effets de médiation du corps de l'ensemble des spectateurs d'une même séance et pour l'aménagement de l'ensemble du site d'exploitation, s'inscrit avec cohérence comme prolongement de ce que nous considérons être chez Baudry une conception de la transparence médiatique de l'appareil de base cinématographique et plus précisément de son dispositif. Si le site d'exploitation a pour fonction, dans la théorie du dispositif, la dissimulation de sa propre matérialité, c'est qu'on suppose que ses différentes composantes, allant de la présence du corps des spectateurs à l'aménagement du site d'exploitation, produisent de potentiels effets de médiation à dissimuler. Ainsi, dans la théorie du dispositif, les effets de transparence médiatique qui caractérisent l'agencement des composantes des salles de projection s'imposent sur les médiations d'autres composantes ou paramètres plus « opaques » de l'expérience du cinéma en salle. Ils définissent ainsi la nature du rapport des spectateurs aux images projetées – une impression d'immédiateté – que ce soit uniquement sur le mode symbolique ou bien sur le plan psychique. Si nous remettons en cause la prépondérance des fonctions de transparence médiatique dans la conception théorique de la

médialité du cinéma en salle, la théorie du dispositif permet d'illustrer comment l'agencement de certaines composantes des salles peut constituer un processus de médiation qui, dans ce cas-ci, a pour finalité de dissimuler les effets de médiation de l'ensemble de l'appareil de base du cinéma.

### **L'« état filmique » comme objet des médiations des salles de cinéma**

La théorie du dispositif selon Baudry vise à décrire et à critiquer l'effet de réel du cinéma, une notion comparable à celle du sentiment d'immédiateté, notion définie par Bolter et Grusin qui désigne l'impression momentanée et idéalisée des spectateurs de se trouver en présence de l'objet représenté lors d'une représentation médiatique. Si Baudry critique la recherche de « la clé de l'impression de réalité dans la structuration de l'image et le mouvement<sup>14</sup> » et s'il affirme lui-même « le fait que l'appareillage cinématographique [est] d'abord dirigé vers le sujet et que la *simulation, avant de concerner la reproduction du réel, [peut] s'appliquer à des états ou des effets-sujets<sup>15</sup>* », il exclut du concept de dispositif toute forme d'épreuve consciente et sensible du contexte matériel de la consommation d'images animées – les différentes composantes architecturales ou technologiques du site d'exploitation, notamment – ou du moins, elle se réduit tout au plus à un rapport complètement estompé : la matérialité du site d'exploitation et le corps du sujet-spectateur, ainsi que celui des spectateurs avec qui il partage une séance, sont dissimulés symboliquement sinon objectivement. Cette transparence idéalisée du dispositif pose les conditions d'un « effet-sujet » sur lequel repose selon Baudry l'impression de réel au cinéma. Les effets de médiation propre à l'agencement des composantes du dispositif se distinguent par le fait que la posture du sujet-spectateur constitue leur objet premier, et non pas les textes filmiques projetés à l'écran.

Selon Baudry, le dispositif crée les conditions de l'hallucination cinématographique (immobilité, prédominance de la fonction visuelle, annulation relative de l'épreuve de la réalité) – de manière similaire à la caverne de Platon et aux différents concepts de la psychanalyse auxquels il fait référence comme la phase du miroir décrite par Lacan ou les caractéristiques du rêve examinées par Freud et Lewin. Ce conditionnement simulerait « un

---

<sup>14</sup> Baudry, 1975, p. 68.

<sup>15</sup> *Ibid.* Souligné dans le texte.

état régressif artificiel<sup>16</sup> » et susciterait une relation forte entre le sujet-spectateur et les images filmiques en raison d'un « retour vers [...] une forme de relation à la réalité, qu'on pourrait définir comme enveloppante, dans laquelle les limites du corps propre et de l'extérieur ne seraient pas strictement précisées<sup>17</sup>. » En comparant le dispositif cinématographique aux fonctions du rêve telles qu'analysées par Freud, il suggère que, comme l'état du sommeil qui confère aux rêves un apparent et fuyant réalisme, l'impression de réalité au cinéma dépend du dispositif et de la posture des spectateurs qui s'y soumettent plutôt qu'aux qualités de mimétisme ou de vraisemblance des images filmiques. Il n'est d'ailleurs pas question pour Baudry de reconnaître dans l'impression de réel un effet qui vise à reproduire une posture objective de perception d'un réel authentique. Il compare plutôt cette impression à celle que procure aussi le rêve – un effet « plus-que-réel » fondé sur une posture psychique bien précise du sujet. Cet « effet-sujet » aurait donc pour cause la reproduction d'une posture ou d'un état spectatorial, et non pas les qualités de la représentation du réel en images et en sons.

La salle de projection, ou ce que Jean-Louis Baudry désigne comme le dispositif cinématographique, constitue une part essentielle de ce qui participe à cet effet qu'il nomme aussi « effet-ciné » :

Il est bien évident que le cinéma n'est pas le rêve : seulement il reproduit une impression de réalité, il déclenche un effet-ciné qui est comparable à l'impression de réalité occasionnée par le rêve. Cette simulation, tout le dispositif cinématographique intervient pour la provoquer : il s'agit bien d'une *simulation d'un état du sujet, d'une position de sujet*, d'un effet-sujet et non de la réalité<sup>18</sup>.

Au sein du dispositif d'abord « dirigé vers le sujet », les images projetées, plutôt que d'être une fin en elles-mêmes ou l'objet unique de l'expérience cinématographique, occupent en quelque sorte une fonction d'intermédiaire qui contribue à la réalisation d'un « effet-sujet » – un effet de posture spectatorielle que le dispositif vise lui aussi plus directement à produire – dans la mesure où elles favorisent une impression d'immédiateté en dissimulant le fonctionnement technique et les médiations de certaines composantes de l'appareil de base comme le montage et la prise de vue. De façon similaire, la transparence médiatique de l'agencement propre au dispositif cinématographique a pour effet de médiation de réaliser les

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 69.

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> *Ibid.*, p. 72. C'est nous qui soulignons.

conditions propices à l'immobilité du sujet-spectateur, à la prédominance de ses fonctions visuelles et à une annulation relative de l'épreuve de la réalité ce qui produit chez le sujet-spectateur un état psychique qui serait propre à l'expérience cinématographique. En tant que moyen de simulation de cette posture spectatorielle, de cette impression d'immédiateté, les salles de projection possèdent selon la théorie du dispositif des effets de médiation, caractérisés par leur fonction de transparence médiatique, qui ont pour objet de façonner un état physique et psychique particulier chez le sujet-spectateur.

La fonction de transparence médiatique du dispositif cinématographique, c'est-à-dire l'effacement temporaire, du point de vue de chacun des spectateurs, de la perception du site d'exploitation ainsi que de leur corps et de celui des autres, est conditionnelle à la production de l'« effet-sujet » et à ce qui constitue une véritable conception théorique de l'immédiateté du cinéma. Le sujet-spectateur s'identifie non pas « avec le représenté, le spectacle même, » c'est-à-dire avec l'objet de la représentation des images projetées, mais bien « avec ce qui met en jeu ou met en scène le spectacle<sup>19</sup> », une forme d'identification singulière qui constitue à nos yeux une caractéristique frappante de la théorie élaborée par Baudry. Ce qui met en scène le spectacle, ce sont toutes les composantes de l'appareil de base, y compris le dispositif, « qui n'est pas visible mais fait voir<sup>20</sup> ». La transparence médiatique de l'appareil de base n'aurait donc pas pour objet de donner l'impression d'être en présence de l'objet représenté, mais plutôt d'être dans une posture de perception sensorielle immédiate de cet objet. Le sujet-spectateur a l'impression de percevoir directement, sans intermédiaires, l'objet représenté, mais il n'a pas nécessairement l'impression d'être en présence de celui-ci. Le fait que le dispositif estompe ses effets de médiation permet donc au spectateur de s'appropriier – sur un mode imaginaire – le point de vue originel de la prise de vue et de faire ainsi l'expérience d'une posture perceptuelle en apparence immédiate.

Empreinte d'une conception de la transparence médiatique du dispositif cinématographique, la notion d'« effet-ciné » est exposée à des critiques majeures notamment en ce qu'elle participe à la constitution purement théorique d'un sujet-spectateur dont la posture et les processus d'interprétation d'un film ne seraient nullement affectés par son historicité ou par son contexte

---

<sup>19</sup> Baudry, 1978, p. 25.

<sup>20</sup> *Ibid.*



socioculturel. Cet effet sur le sujet, étant imposé et auquel tout spectateur se verrait soumis selon la théorie du dispositif, rejette toute possibilité de concevoir un regard spectatorial critique et en mesure de reconnaître les potentiels effets idéologiques d'un texte filmique. Les conclusions de Baudry sont donc difficiles à adopter telles quelles et constituent une conception théorique particulièrement abstraite et relativement restreinte plutôt qu'un portrait relativement fidèle de l'expérience du cinéma en salle. Le discours du théoricien et philosophe sur les effets de médiation du cinéma se situe indéniablement à proximité du pôle de la transparence médiatique selon l'axe déterminé plus tôt à partir de la théorie des médias de Bolter et Grusin. Il nous est utile dans la mesure où il est compris comme expression élaborée d'une conception culturelle et théorique du cinéma en tant que média transparent. En ce sens, les deux articles de Baudry illustrent comment l'agencement de certaines composantes des salles de cinéma – le projecteur, l'écran, les spectateurs plongés dans l'obscurité de la salle – porte et communique, sur un mode symbolique, la conception de certains aspects de la médialité du cinéma en salle c'est-à-dire d'un appareillage matériel et technique transparent à l'objet de la représentation filmique et qui a pour objet premier de simuler un état spectatorial spécifique permettant d'éprouver une impression d'immédiateté.

### **Christian Metz et le signifiant imaginaire**

Dans ses articles et dans son ouvrage sur le sujet, Christian Metz mène une étude approfondie – à partir lui aussi d'une approche psychanalytique – de la place du spectateur de cinéma et sur le dispositif cinématographique en faisant plutôt référence à la notion de « signifiant imaginaire ». Sa démarche se situe toutefois dans un autre contexte de recherche marqué par l'emprunt des acquis de la sémiologie classique pour développer des méthodes d'analyse du cinéma. Il utilise ceux de la psychanalyse dans le corpus dont il sera question dans les pages qui suivent afin d'examiner d'autres aspects ne concernant pas directement le texte filmique. Comme Jean-Louis Baudry, il observe une forme d'identification du sujet-spectateur à ce que le premier désigne comme l'appareil de base – et plus précisément à la caméra et au projecteur –, mais les écrits de Metz concernent tout particulièrement le caractère imaginaire du signifiant cinématographique et plus précisément le rôle de l'appareil psychique dans l'expérience des spectateurs de cinéma.

L'approche de Metz mobilise trois notions principales, empruntées à la psychanalyse, afin d'analyser la posture des spectateurs de cinéma (les processus d'identification, le voyeurisme et le fétichisme) et qui lui permettent de s'intéresser – de manière généralement indirecte – à certains aspects du contexte matériel et sensible de la réception cinématographique c'est-à-dire à la médiation de composantes architecturales et technologiques particulières des salles de cinéma ainsi qu'à l'expérience des spectateurs sur ce type de site d'exploitation. L'analyse du théoricien intègre ces éléments qui constituent une partie des composantes de l'*expérience du cinéma en salle* dans la mesure où ils contribuent au conditionnement psychique et imaginaire du sujet-spectateur. Les salles de cinéma constituent également selon Metz un espace aménagé et institutionnalisé afin d'instaurer un emplacement propre à l'imaginaire cinématographique et aux pratiques de consommation du cinéma, caractérisé par des rapports sociaux et économiques distincts de ceux qui organisent le cours normal de la vie en société et qui définissent ainsi certains aspects de la conception metzienne de la médialité de l'expérience du cinéma en salle.

Au point de départ de son examen psychanalytique de la posture spectatorielle au cinéma se situe une interrogation sur la force de l'« impression de réalité » de cette forme d'expression par rapport à d'autres arts comme le théâtre. Il définit à l'époque cette impression particulière de manière très similaire à la notion d'immédiateté telle que Bolter et Grusin la présenteront plus tard dans le cadre de leur théorie des médias :

[...] la fiction cinématographique est éprouvée plutôt comme la présence quasi réelle de cet irréel [le représenté] lui-même; le signifiant, déjà imaginaire à sa façon, est moins sensible comme tel, il joue davantage au bénéfice de la diégèse, il tend davantage à s'engloutir en elle, à être versé à son compte par la créance spectatorielle. L'équilibre s'établit un peu plus près du représenté, un peu plus loin de la représentation<sup>21</sup>.

En somme, le sujet-spectateur éprouve une impression d'être plus « près » de l'objet représenté principalement parce que le signifiant cinématographique « est moins sensible » ou, en d'autres mots, dissimule ses effets de médiations et procure une expérience perceptuelle apparemment (ou imaginairement) immédiate de l'objet représenté. De nombreux éléments de la théorie du signifiant imaginaire caractérisent ainsi ce que nous considérons comme la

---

<sup>21</sup> Metz, 1975a, p. 47.

conception metzienne de la transparence médiatique du cinéma et, par extension, du cinéma en salle.

### **État imaginaire du sujet-spectateur, effets de médiation symboliques**

« Tout film est un film de fiction<sup>22</sup>. » Lorsque Metz formule cette phrase, il est d’abord question du caractère imaginaire du signifiant cinématographique : « [...] ce n’est pas seulement le signifié fictionnel, s’il y en a un, qui se rend ainsi présent sur le mode de l’absence, c’est d’abord le signifiant<sup>23</sup>. » De manière semblable à la pensée de Baudry, Metz met l’accent sur le fait que la fidélité de la reproduction filmique ou l’apparence réaliste du signifié ne sont pas les principales raisons expliquant l’impression de réel au cinéma, mais bien l’instauration d’un état spécifique – celui que désigne la notion de « sujet-spectateur » – chez les spectateurs. Cette posture dans laquelle ils plongent, notamment sous l’effet de leur immobilité et de l’obscurité de la salle, tiendrait selon Metz d’une sorte de rêve éveillé au cours duquel le seul aspect objectif et réel de leur expérience spectatorielle – qui ne tient donc pas du fictif ou de l’imaginaire – est en fait leur activité individuelle pratiquement exclusive de perception visuelle et auditive du film projeté. Il décrit ainsi le sujet-spectateur comme tout-percevant, comme sujet en état de pure perception c’est-à-dire comme sujet complètement incapable d’action sur le perçu, mais dans un état d’omnipotence perceptuelle. Metz ajoute que « le spectateur, en somme, *s’identifie à lui-même*, à lui-même comme pur acte de perception (comme éveil, comme alerte) : comme condition de possibilité du perçu<sup>24</sup> ». Ce type d’identification est catégorisé comme secondaire en psychanalyse, mais il occupe selon Metz dans le cadre de l’expérience filmique une priorité rehaussée à titre d’« identification cinématographique primaire ». Cet état permet au sujet-spectateur de reconnaître le caractère imaginaire du perçu, mais il le pousse aussi à se reconnaître lui-même comme l’origine de la composition de la signification symbolique de ce perçu : « [...] je suis donc, moi-même, le lieu où cet imaginaire réellement perçu accède au symbolique en s’instaurant comme le signifiant d’un certain type d’activité sociale institutionnalisée, dite “cinéma<sup>25</sup>”. » L’état

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, p. 31.

<sup>23</sup> *Ibid.*, p. 32.

<sup>24</sup> *Ibid.*, p. 34. Souligné dans le texte.

<sup>25</sup> *Ibid.*

psychique du sujet-spectateur, emplacement imaginaire du signifiant cinématographique, possède donc avant tout selon Metz un caractère symbolique.

Selon la théorie du signifiant imaginaire, la posture du sujet-spectateur n'implique donc aucunement la croyance réelle, ne serait-ce même que temporairement, de se trouver en présence de l'objet de la représentation filmique, du signifié. Tout au plus, le sujet-spectateur se projette-t-il, sur le mode imaginaire, comme source perceptuelle unique (et donc immédiate) des images et des sons perçus. Si la notion de sujet-spectateur chez Metz recoupe en partie celle de Baudry (elle aussi, fondée sur une comparaison à l'épreuve du miroir en psychanalyse, expliquait l'état spectatoriel par son immobilité et l'accentuation de ses fonctions perceptives de chaque spectateur individuel), elle s'en distingue particulièrement par une précision énoncée seulement par Metz : « [...] ce miroir nous renvoie tout sauf nous-mêmes, parce que nous sommes tout uniment hors de lui [...] »<sup>26</sup>. Le sujet-spectateur ne trouve donc pas le reflet de son propre corps dans la figure théorique de l'écran-miroir. Cette absence de reflet est compensée selon Metz par une forme de présence en tant que tout-percevant : le spectateur ne peut complètement désavouer sa présence en salle puisque sans lui le film projeté ne serait pas perçu, mais à titre de sujet-spectateur il a l'impression d'être omniprésent en tant que percevant dans le monde de la représentation filmique puisqu'il se conçoit imaginairement comme origine unique de ses propres perceptions visuelles et sonores. L'état dans lequel est plongé le sujet-spectateur de Metz n'est en ce sens pas aussi psychologiquement régressif que dans la théorie du dispositif de Baudry : il s'agit bien d'une forme de régression, mais elle se joue sur un autre mode où il conserve la conscience de son activité perceptuelle. En d'autres mots, la théorie du signifiant imaginaire situe sur un plan symbolique l'effet de médiation duquel résulte l'adoption de la posture du sujet-spectateur : ce dernier n'y est pas soumis par le dispositif cinématographique, mais il y est plutôt invité sur le mode de la convention.

Si l'identification du sujet-spectateur à sa propre activité de perception constitue un trait marquant du signifiant imaginaire, Metz conçoit comme Baudry dans son premier article que cette identification se fait plus généralement à l'ensemble de l'« appareil de base du cinéma » ce qui comprend la posture spectatorielle de tout-percevant, mais aussi la caméra et sa

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, p. 35.

perspective monoculaire ainsi que le projecteur situé au foyer imaginaire de la vision. Ainsi, le sujet-spectateur représente une « instance *constituante* [...] du signifiant de cinéma<sup>27</sup> » c'est-à-dire qu'il possède un effet de médiation au même titre que certaines autres composantes architecturales et technologiques des salles de cinéma. Le signifiant imaginaire étant par définition « présent sur le mode de l'absence », tout ce qui permet de percevoir et même le corps de qui perçoit produit une certaine forme de médiation, mais qui s'efface ou s'estompe (imaginativement) de la conscience du sujet-spectateur afin que seul l'acte perceptif demeure et prenne le dessus dans le cadre de l'expérience du cinéma en salle. Le signifiant cinématographique ainsi que le conditionnement d'un « état filmique » qu'il suppose reposent donc, selon Metz, à la fois sur l'appareillage technique et différentes composantes du cinéma (la caméra, le projecteur, l'écran, le corps du sujet-spectateur et des autres spectateurs, mais aussi les structures architecturales que sont les salles de cinéma) et le dispositif psychique du sujet-spectateur (sa posture de pure perception, ce que Metz désigne comme l'identification cinématographique primaire). L'ensemble de ces éléments possède une fonction générale : ils visent tous, de manière complémentaire ou réflexive, à offrir les conditions nécessaires à la réalisation d'un signifiant imaginaire, c'est-à-dire à assurer que leur présence se fasse « sur le mode de l'absence », sans apparence de médiation. Les effets de médiation de l'appareillage technique, des composantes architecturales de la salle de cinéma, des corps des spectateurs présents et ceux de l'appareil psychique du sujet-spectateur doivent se confondre ainsi ensemble de façon transparente et complémentaire.

Les médiations de l'appareillage technique et des différentes instances constituantes du signifiant cinématographique possèdent également un statut symbolique. Si certaines de ces composantes peuvent réellement paraître estompées dans l'obscurité des salles de cinéma, leur présence « sur le mode de l'absence » – c'est-à-dire leur transparence médiatique – se manifeste de manière symbolique dans la théorie du signifiant imaginaire. Ainsi, la disposition d'un projecteur derrière le sujet-spectateur – à l'emplacement imaginaire du foyer de sa vision – et d'un écran devant lui produit un dédoublement de processus propres à la posture perceptive spectatorielle : les processus d'introjection – l'écran reçoit l'image comme la rétine et la conscience du sujet-spectateur – et de projection – le film est projeté sur l'écran comme il

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, p. 34. Souligné dans le texte.

ne peut exister sans le sens que le sujet-spectateur projette sur les images perçues. Le dispositif de projection est ainsi en rapport métaphorique avec le « cinéma comme topique » :

[...] le cinéma comme topique ressemble à cet autre « espace » qu'est l'outillage technique (caméra, projecteur, pellicule, écran, etc.), condition objective de l'institution entière : [...] *l'outillage* devient la métaphore (en même temps que la source réelle) du processus mental institué<sup>28</sup>.

Faisant référence à la topique comme schéma ou représentation spatiale des processus psychiques propres aux théories freudiennes, Metz marque les correspondances sur le plan de l'agencement spatial des mécanismes psychiques du sujet-spectateur, du processus de projection et du procédé de captation d'une caméra. Les salles de cinéma ou plus précisément la disposition projecteur/écran reproduisent selon Metz le dédoublement introjectif/projectif de la caméra, comme il le fait avec celui de la vision spectatorielle<sup>29</sup>. La salle de cinéma réalise ainsi les conditions objectives, matérielles et spatiales de l'atteinte de l'état du tout-percevant, mais reproduit aussi sur le mode métaphorique, par l'agencement spatial de ses composantes, les conditions psychiques qui suscitent cette posture spectatorielle. L'effet de médiation de l'agencement propre aux composantes des salles de cinéma procède ainsi de nouveau sur un mode symbolique.

S'il est légitime de remettre en question le réel impact des processus psychiques identificatoires décrits par Metz – et ce, notamment à cause de l'abstraction du concept de sujet-spectateur sur lequel ces propos reposent –, l'approche du théoricien nous intéresse tout de même dans la mesure où elle insiste sur le caractère imaginaire et symbolique de la posture spectatorielle et des effets de médiation du dispositif cinématographique. L'état d'omnipotence perceptive décrite par Metz implique une conscience accrue du caractère imaginaire de l'expérience perceptuelle cinématographique tout en autorisant le sujet-spectateur à se constituer – toujours imaginativement – comme source de la composition symbolique du signifié. L'adoption de cet état est conditionnée, ou sinon au moins appuyée de manière symbolique, par l'effet d'effacement imaginaire des aspects matériels et technologiques qui résulte de la médiation de différentes composantes du cinéma en salle telles que le projecteur dissimulé, l'écran « transparent » (dont la matérialité propre se dissimule sous le reflet lumineux des images filmiques) ou le corps des spectateurs dissimulés

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, p. 36. Souligné dans le texte.

<sup>29</sup> *Ibid.*

dans la pénombre des salles de cinéma. Pour appuyer sa théorie psychanalytique du sujet-spectateur, Metz relève un ensemble de composantes et de processus symboliques qui véhiculent ce que nous considérons être une conception de la transparence médiatique de l'expérience du cinéma en salle et qui nous intéresse surtout parce qu'elle illustre le fonctionnement symbolique de certains aspects de la médialité des salles de cinéma.

### **Mise en scène scopophile d'un espace autre**

L'expérience du sujet-spectateur, caractérisée par l'état imaginaire du tout-percevant, se compare en plusieurs points selon Metz à celle du voyeur en psychanalyse, deuxième notion propre au domaine de la psychanalyse mobilisée par le théoricien dans le cadre de son étude du signifiant imaginaire. La posture paradoxale du voyeur se fonde à la fois sur la prédominance de son activité de perception de l'objet de ses pulsions et sur la distance qu'il saura entretenir avec ce même objet afin de ne pas être lui-même vu en train de regarder. Il relève des similitudes marquées et même plus significatives selon lui que dans le cadre d'une comparaison de la posture du voyeur et de celle des sujets d'autres types de représentation médiatique fondés sur la pulsion percevante, ainsi qu'il nomme l'ensemble des pulsions scopique (vue) et invocante (ouïe). Le voyeur « *figure concrètement l'absence de son objet par la distance où elle le maintient*<sup>30</sup> » et adopte une posture qui correspond en ce sens à la position du Moi au cinéma tel que le décrit Metz : absent de l'écran, le sujet-spectateur est une instance tout-percevant. Il se trouve ainsi dans un état paradoxal où l'impression d'immédiateté que lui procure le cinéma en salle doit être préservée par la mise en scène d'une forme de distance qui constitue autant une séparation symbolique entre l'objet représenté et la source pulsionnelle (les organes perceptifs du sujet-spectateur) qu'un espacement physique entre le reflet des images projetées et le corps des spectateurs.

Cette séparation ou cette distanciation revêt les caractéristiques de la transparence médiatique c'est-à-dire que si, comme Metz l'indique, « le voyeur met en scène dans l'espace la cassure qui le sépare à jamais de l'objet<sup>31</sup> », cette mise en scène a pour finalité de réduire le plus possible la conscience spectatorielle des effets de médiation de l'expérience du cinéma en salle. L'établissement de cette distance entre le sujet-spectateur et l'objet de la représentation

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 42.

<sup>31</sup> *Ibid.*

filmique se manifeste notamment au moyen de l'obscurité des salles de cinéma ainsi que de « la lucarne de l'écran avec son inévitable effet de trou de serrure<sup>32</sup> ». Metz évoque également l'exemple des spectateurs qui prennent soin de choisir un siège qui se situe à une distance de l'écran qu'ils jugent acceptable. Qu'il s'agisse ainsi d'une distance établie à même l'aménagement des salles ou qu'elle soit pratiquée par les spectateurs, le rapport de distanciation du sujet-spectateur à l'objet des images projetées vise à la fois à atténuer l'effet de ce que Metz désigne comme une « ségrégation des espaces<sup>33</sup> » du film et des spectateurs (l'équivalent de ce qui sépare l'espace de la scène et de la salle au théâtre) et à renforcer l'impression d'immédiateté perceptuelle. Fondant son constat sur une comparaison avec le théâtre, Metz souligne que les deux espaces du film et des spectateurs ne communiquent pas entre eux et ne sont pas de même nature : alors que la « scène » au cinéma est d'un ordre purement symbolique, la salle de cinéma tient de l'espace réel. Une forme de distanciation à la fois symbolique et spatiale est ainsi instaurée afin d'éviter la prise de conscience du choc de ces deux espaces de natures contradictoires et afin de dissimuler les effets de médiation qui permettent au sujet-spectateur d'entrer, sur le mode symbolique, en relation perceptuelle immédiate avec le monde fictif de la représentation filmique. De manière générale, cette forme de distanciation symbolique provoque chez le sujet-spectateur une partielle perte des repères de sa propre localisation : en tant que composante intégrante du signifiant imaginaire, il sait qu'il se trouve dans une salle de cinéma, mais il a aussi l'impression de se trouver à l'emplacement imaginaire de l'appareillage cinématographique et, en définitive, les emplacements réel et imaginaire se confondent.

Cette mise en scène symbolique et spatiale établit également une forme de distance de nature différente, cette fois-ci entre le sujet-spectateur et son environnement social. Le théoricien remarque que l'état profondément solitaire de chaque spectateur, et même la tendance qu'ont certains à bien choisir leur siège en fonction, non seulement, de la distance qui les sépare de l'écran, mais aussi, souhaitons-nous ajouter, des autres spectateurs, sont également des signes d'une mise en scène qui évoque le voyeurisme en psychanalyse. Selon lui, le sujet-spectateur vit une expérience pleinement individuelle puisque, au contraire du théâtre, l'ensemble des

---

<sup>32</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>33</sup> *Ibid.*



spectateurs d'une salle de cinéma « ne forme pas, [...], un “public” véritable, une provisoire collectivité<sup>34</sup> ». Cette expérience individuelle et la solitude qui la caractérise s'explique également par le fait que « [...] le spectacle filmique, l'objet vu, *ignore* son spectateur<sup>35</sup> » et que, du fait de cette « ignorance », le sujet-spectateur, plongé durant la projection dans un état imaginaire de tout-percevant, ne possède aucun repère à même la représentation filmique qui lui permette de reconnaître la présence des autres spectateurs qui l'accompagnent. Ainsi, les rapports interpersonnels ou de sociabilité pouvant être source d'effets de médiation altérant une impression d'immédiateté, la mise en scène d'une distance se joue également sur un mode social et elle instaure sur le site d'exploitation des formes de sociabilité distancées et effacées.

Durant une séance de projection, le sujet-spectateur se trouverait donc dans une posture psychique différente de celle dans laquelle il se trouve dans toute autre situation sociale. Metz affirme effectivement s'intéresser au « [...] *lieu* qu'occupe ce Moi déjà constitué, qu'il occupe pendant la séance de cinéma, et non dans la vie de société en général<sup>36</sup>. » La diminution du niveau d'alerte du sujet-spectateur durant la projection est aussi informée plus généralement par le cinéma en tant qu'institution et le seul fait d'occuper une salle de cinéma l'incite déjà à abaisser ses défenses cognitives : « en accomplissant l'acte social d'“aller au cinéma”, il est d'avance motivé à abaisser d'un cran les défenses de son Moi, à ne pas refuser ce qu'il refuserait ailleurs<sup>37</sup>. » Ainsi, comme Metz le remarque, si les salles de cinéma ont pour effet d'inciter l'adoption d'un « état filmique », rien n'empêche qu'un spectateur s'écarte drastiquement du comportement institutionnel attendu, mais cela se fait toutefois aux dépens des conditions nécessaires à l'impression de réalité et il constituera alors un abandon volontaire de « l'état filmique pour un comportement de réalité...<sup>38</sup> » L'espace social distinct instauré sur le site d'exploitation s'expliquerait aussi selon Metz par le fait que l'institution cinématographique constitue un rempart légitime à une pratique qui ne l'est pas : la scopophilie cinématographique. Le voyeurisme du cinéma, pour le nommer autrement, est selon Metz moins socialement acceptable que celui du théâtre puisque le premier serait

---

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> *Ibid.* Souligné dans le texte.

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 34.

<sup>37</sup> Christian Metz, « Le film de fiction et son spectateur ». *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975b, p. 127.

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 119.

complètement détaché, au contraire du second, de son corrélat exhibitionniste. Le théoricien établit cette distinction entre « deux sortes de conditionnements<sup>39</sup> » : la première sorte étant propre aux conditions psychiques et imaginaires que procure le signifiant cinématographique, et la seconde sur « [...] les circonstances socio-idéologiques qui ont marqué de façon divergente la naissance historique des deux arts<sup>40</sup>. » L'avènement dans un monde capitaliste et individualiste de l'institution cinématographique expliquerait que « [l]e cinéma est l'affaire de l'homme privé [...] et [que] le voyeurisme du spectateur n'a que faire d'être lui-même vu (il fait noir dans la salle, le visible est tout entier du côté de l'écran)<sup>41</sup> ». L'institutionnalisation du cinéma a fait d'une perversion généralement interdite une activité socialement acceptée, légalisée et généralisée : de l'avis de Metz, « le voyeurisme cinématographique est moins accepté, plus "honteux"<sup>42</sup> » que celui du théâtre. En utilisant un vocabulaire topographique qui évoque le site d'exploitation comme siège de l'institution cinématographique, Metz décrit l'« espace » qu'occupe le cinéma dans le tissu social :

Pour la grande majorité du public, le cinéma (qui en cela ressemble aussi au rêve) représente une sorte d'enclos ou de « réserve » qui échappe à la vie pleinement sociale bien qu'il soit admis et qu'il soit prescrit par elle : aller au cinéma est un acte licite parmi d'autres, qui a sa place dans l'emploi du temps avouable de la journée ou de la semaine, et cette place est pourtant un « trou » dans l'étoffe sociale, un *créneau* qui ouvre sur quelque chose d'un peu plus fou, d'un peu moins approuvé que ce qu'on fait le reste du temps<sup>43</sup>.

En ce sens, les salles de cinéma représentent l'établissement qui permet de dissimuler cet acte répréhensible de la scopophilie cinématographique ou l'« enclos » et le refuge qui en permettent la pratique légitime. En tant que siège institutionnel, le cinéma en salle instaure les conditions desquelles résultent un état psychique et un comportement social qui diffèrent de ceux que l'on retrouve dans la vie en société ordinaire.

Ces aménagements de l'état psychique du sujet-spectateur, des salles ou du comportement des spectateurs ne permettent donc pas seulement d'assurer une expérience satisfaisante de la perception du texte filmique, mais aussi une légitimation d'un acte ordinairement proscrit dans la société – celui du voyeur – et par le fait même de cette impression d'immédiateté. En ce

---

<sup>39</sup> Metz, 1975a, p. 45.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 46.

<sup>41</sup> Metz, 1984, p. 118.

<sup>42</sup> *Ibid.*, p. 46.

<sup>43</sup> Metz, 1975a, p. 46-47. Souligné dans le texte.

sens, le site d'exploitation cinématographique constitue un emplacement qui se situe culturellement et historiquement en-dehors de l'espace social ordinaire, un « enclos » ou une « réserve », c'est-à-dire que les interactions sociales y sont suspendues, ou du moins conditionnées, afin d'assurer la pratique légitime plus ou moins bien perçue de la consommation du cinéma en salle :

« [...] l'immersion dans la fiction filmique (dans la "projection", si bien nommée) a pour effet de séparer, d'autant plus fortement que le film plaît, les groupes ou les couples qui étaient entrés ensemble dans la salle et ont parfois un certain mal à retrouver cet ensemble lorsqu'ils en sortent<sup>44</sup>. »

Pour Metz, la préservation de cette impression d'immédiateté ou de la légitimité du laisser-aller à cette impression, informe justement ce type de conséquences sur la sociabilité entre les spectateurs qui occupent le site d'exploitation. Tous les éléments constitutifs du signifiant cinématographique convergent vers cet objectif de préservation d'un état particulier au point où ce dernier détermine aussi les fonctions du cinéma comme institution : aller au cinéma c'est, selon Metz, accepter les conditions de l'« état filmique » et de ses conséquences sur la socialité de l'activité spectatorielle.

En rappelant le caractère symbolique et imaginaire que Metz confère aux processus psychiques, aux effets de médiation qu'il attribue au signifiant cinématographique et en soulignant la conception de la transparence médiatique du cinéma en salle que sous-tend son approche théorique, la mise en scène de deux formes de distance à laquelle participent l'agencement des composantes matérielles et techniques du site d'exploitation ainsi que les comportements institutionnalisés des spectateurs confère au site d'exploitation un statut pour le moins paradoxal qui définit certains aspects symboliques et sociaux de la médialité du cinéma en salle. Les salles de cinéma – siège institutionnel n'appartenant ni complètement au monde imaginaire dont le sujet-spectateur s'approprie symboliquement l'origine, ni complètement au monde public et social auquel l'ensemble des spectateurs appartiennent physiquement – sont conçues, à la fois sur les plans culturel et théorique, comme le site médiateur d'un espace tiers, de l'emplacement symbolique, situé entre mondes fictifs et réalité sociale, de *l'expérience du cinéma en salle*.

---

<sup>44</sup> Metz, 1975b, p. 130.

## **Salles de cinéma : objet institutionnalisé du plaisir cinématographique**

Bien qu'elle ne soit pas empruntée au domaine de la psychanalyse, la notion d'institution cinématographique joue un rôle dans la théorie du signifiant imaginaire dans la mesure où le statut institutionnel du cinéma en salle permet de régler d'avance les conditions de l'« état filmique » et de favoriser en conséquence une impression de réel – ce que nous désignons aussi comme l'impression d'immédiateté – au moment de la consommation d'un film. Metz distingue trois « machines », ou trois aspects moteurs, de l'institution-cinéma : l'industrie cinématographique (de la production à l'exploitation des films), le « réglage social de la métapsychologie spectatorielle » et le discours sur le cinéma (tant critique ou promotionnel que théorique ou historiographique). Ces trois volets institutionnels partagent selon lui le but commun de « maintenir ou [...] rétablir le cinéma (ou les films) dans la position du bon objet<sup>45</sup>. » Cette relation au cinéma comme bon objet est ainsi historiquement, culturellement, économiquement et socialement déterminée par les composantes de l'institution et constitue selon Metz l'intérêt fondamental d'« une perspective critique sociohistorique du cinéma<sup>46</sup> ». Si le théoricien ne s'intéresse pas directement dans ses écrits sur le sujet à l'ensemble de ces « machines », son approche théorique se fait ainsi plus prudente que celle d'autres penseurs comme Baudry en ce sens qu'il prend soin d'exposer brièvement la complexité de sa compréhension du rôle des spectateurs et de l'institution cinématographique tout en ne se penchant principalement que sur l'aspect institutionnel qu'il désigne comme le « réglage social de la métapsychologie spectatorielle ».

Comme nous l'avons vu, le signifiant imaginaire ne se fonde pas sur la ressemblance ou le « réalisme » de l'image projetée, mais bien sur les conditions psychiques et techniques *institutionnalisées* qui instaurent un état particulier et propre au cinéma :

La position du Moi au cinéma ne tient pas à une ressemblance miraculeuse entre le cinéma et les caractères naturels de toute perception; elle est, au contraire, prévue et marquée d'avance par l'institution (outillage, disposition de la salle, dispositif mental qui intériorise tout cela), et aussi par des caractères plus généraux de l'appareil psychique (comme la projection, la structure du miroir, etc.) [...]<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, p. 8.

<sup>46</sup> *Ibid.*, p. 5.

<sup>47</sup> *Ibid.*, p. 38.

Ainsi, entre autres aspects institutionnels du cinéma, la disposition de la salle et son aménagement permettent notamment de marquer et de prévoir la réalisation de la posture spectatorielle sur le site d'exploitation. Les salles de cinéma incitent notamment les spectateurs à restreindre leur mobilité à un strict minimum pour qu'ils soient en mesure de plonger dans un état de veille particulier : « Le propre de la situation institutionnelle de spectacle est d'empêcher les conduites motrices de suivre très avant leur cours normal [...] »<sup>48</sup>. Le sujet-spectateur ne serait toutefois pas complètement inactif : il peut se mouvoir légèrement dans son siège, prononcer des mots ou gesticuler pour commenter le film ou pour faire la discussion très brièvement et discrètement. Ces écarts restent superficiels et n'empêchent pas le sujet-spectateur de préserver son état de veille. À la sortie d'une salle, le sujet-spectateur qui soudain se meut et retrouve la lumière ou la parole se trouve d'ailleurs comme en période de réveil, et ce, seulement si les conditions institutionnalisées de la consommation filmique ont été respectées :

Dans les conditions ordinaires de la projection, chacun a pu observer que le sujet en proie à l'état filmique (surtout lorsqu'est assez forte l'emprise de la fiction sur son fantasme) se sent comme engourdi, et que les spectateurs à la sortie, brutalement rejetés par le ventre noir de la salle dans la lumière vive et méchante du hall, ont parfois le visage ahuri (heureux et malheureux) de ceux qui se réveillent. Sortir d'un cinéma, c'est un peu comme se lever : pas toujours facile (sauf si le film était vraiment indifférent)<sup>49</sup>.

La sortie d'une salle et le hall illuminé constituent ainsi des espaces de transition entre un état de veille filmique et un comportement appartenant plutôt au cours normal de la vie en société. Les liens sociaux sont ainsi suspendus durant une séance de projection filmique au profit d'une expérience en solitaire qui favorise l'« état filmique ». Ainsi, à la sortie d'une salle, des personnes qui s'accompagnent peuvent-elles éprouver de la difficulté à renouer les liens qui se sont temporairement défaits durant la séance<sup>50</sup>. Les salles de cinéma, en tant que siège institutionnel, possèdent donc un effet de médiation symbolique qui incite à adopter un comportement social et psychologique distinct des situations régulières de la vie en société, propre à l'expérience du cinéma en salle, et qui facilite le passage ou la transition d'un état à l'autre.

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, 119.

<sup>49</sup> *Ibid.*

<sup>50</sup> Metz, 1975b, p. 130.

La « machine » industrielle de l'institution-cinéma, et tout particulièrement le fonctionnement économique du commerce du cinéma, constitue également selon Metz la source d'une médiation symbolique du réglage de la métapsychologie des spectateurs. Selon le théoricien, l'exploitation du cinéma en salle implique le reflet, le prolongement et l'intériorisation des mécanismes psychiques du plaisir filmique c'est-à-dire du plaisir que procure la plongée légitimée dans l'« état filmique » du sujet-spectateur :

La machine extérieure (le cinéma comme industrie) et la machine intérieure (la psychologie du spectateur) ne sont pas seulement en rapport de métaphore, celle-ci décalquant celle-là, l'« intériorisant » comme un moulage inversé, un creux réceptif de forme identique, mais aussi en rapport de métonymie et de complémentation segmentale : l'*envie d'aller au cinéma* est une sorte de reflet façonné par l'industrie du film, mais elle est également un chaînon réel dans le mécanisme d'ensemble de cette industrie<sup>51</sup>.

Ce rapport particulier entre les deux aspects institutionnels de l'industrie du cinéma et du réglage social de la métapsychologie des spectateurs repose entre autres sur le fait qu'il importe que le spectateur aille au cinéma afin de préserver l'institution. Comme mode de commercialisation des films, le site d'exploitation constitue donc une pierre d'assise des mécanismes financiers de l'industrie cinématographique. L'expérience filmique et l'état du sujet-spectateur étant un produit imaginaire qui échappe à sa propre commercialisation, le plaisir filmique – ou la promesse de ce plaisir – est ainsi mobilisé et modelé par l'industrie cinématographique afin d'attirer le public et les nécessaires revenus qu'ils rapportent en mettant « en place des dispositifs ayant pour but et pour effet de donner au spectateur le désir “spontané” de fréquenter les salles et d'en payer l'accès<sup>52</sup>. » Les exploitants industriels mobilisent ainsi l'attrait du plaisir filmique – avant celui d'un film en particulier – et visent principalement à susciter l'envie d'aller au cinéma, d'acheter un droit d'entrée en salle, et secondairement seulement à consommer un film en particulier. Le mode d'exploitation commerciale spécifique au cinéma en salle ne serait donc pas du tout fortuit, mais reposerait sur ce que Metz conçoit comme une « *double parenté* – moulage et segment, décalque et partie – entre la psychologie du spectateur [...] et les mécanismes financiers du cinéma<sup>53</sup>. » Toute la structure industrielle du cinéma, instruite par les impératifs économiques de son

---

<sup>51</sup> Metz, 1975a, p. 6. Souligné dans le texte.

<sup>52</sup> *Ibid.*

<sup>53</sup> *Ibid.* p. 7. Souligné dans le texte.

propre maintien et donc par les conditions culturelles et historiques dans lesquelles elle a été élaborée, s'apparente et complémente l'appareil psychique du sujet-spectateur et participe de manière indistincte selon le théoricien à l'atteinte de l'objectif ultime de l'institution cinématographique : susciter le plaisir filmique c'est-à-dire l'atteinte d'un « état filmique ».

Lorsqu'elle implique différents objets matériels, la force de médiation symbolique de l'institution cinématographique s'apparente à un processus de fétichisation. Le fétichisme cinématographique, troisième notion propre à la psychanalyse à laquelle fait appel le théoricien, concerne plus directement la matérialité de l'ensemble de l'appareillage du cinéma et notamment du site d'exploitation : « Le fétiche, c'est le cinéma en son état *physique*. Un fétiche est toujours matériel [...]»<sup>54</sup>. La présence imposante dans l'espace public des aspects techniques du cinéma comme celle plus générale de l'industrie cinématographique correspond selon Metz à l'attrait du fétiche : « Le fétiche proprement dit, comme l'appareillage du cinéma, est un *accessoire*, l'accessoire qui désavoue un manque et qui du coup l'affirme sans le vouloir»<sup>55</sup>. » Dans le cas du cinéma, le manque que vient désavouer et combler imaginativement l'ensemble technique/langage/industrie cinématographique est l'absence de l'objet de la représentation filmique. L'admiration devant les prouesses techniques du cinéma ou les astuces du langage filmique, par exemple, tiennent du fétichisme dans la mesure où cette posture met l'accent à la fois sur l'efficacité et la virtuosité du camouflage de l'absence de l'objet représenté et sur les mécanismes et les rouages à l'origine de leur propre camouflage. Parmi tous les objets potentiels du fétichisme cinématographique se trouve également le site d'exploitation lui-même, l'édifice qui abrite la salle de projection. Les salles de cinéma sous tous leurs aspects (et non uniquement sous ceux qui concernent la salle de projection), comme l'ensemble de l'appareillage technique du cinéma, remplacent ou prennent place dans le vide laissé par la représentation filmique, par l'absence physique de l'objet de la représentation; par rapport métonymique, elle représente matériellement, voire « incarne » le cinéma. Ainsi peut-on être en admiration ou être satisfait non pas directement de l'expérience d'une salle elle-même, mais, par exemple, du relatif effacement de cette imposante structure

---

<sup>54</sup> *Ibid.*, p. 52.

<sup>55</sup> *Ibid.*

architecturale au moment de la projection, de la haute qualité de l'équipement technique qu'il mobilise ou des conditions de réception en public qu'elle permet.

De manière quelque peu paradoxale, en faisant valoir les aspects techniques et matériels du cinéma, en en faisant l'objet d'une forme de fétichisme, l'institution cinématographique vise à la fois à combler et à mettre en évidence la transparence du média cinématographique, c'est-à-dire d'exposer sa capacité à représenter l'imaginaire tout en procurant une si forte impression d'immédiateté. Ainsi, les salles de cinéma exposent de manière symbolique et au moyen de leur imposante structure architecturale et technologique leur fonction de transparence médiatique, c'est-à-dire le fait qu'elles déploient tout un appareillage et un site d'exploitation qui ont pour finalité de se faire complètement oublier au profit d'un état de perception omnipotente, d'une impression d'immédiateté. Leurs différents aspects matériels combleront symboliquement un manque – le désir du plaisir filmique, d'éprouver une forme d'immédiateté de l'objet de la représentation – et le met en évidence tout à la fois : le hall des salles de cinéma évoque le passage vers et hors d'un état de veille cinématographique, l'agencement projecteur-spectateur-écran reproduit symboliquement les mécanismes psychiques de la projection/introjection, l'achat d'un ticket d'entrée promet l'expérience d'un « état filmique », etc. Une forme de fétichisme cinématographique institutionnalisé caractérise le mode symbolique sur lequel se produisent les effets de médiation des composantes architecturales et technologiques des salles de cinéma : le modèle du signifiant imaginaire de Metz ne prétend pas que les spectateurs de cinéma atteignent réellement l'impression de réel, mais il démontre comment un ensemble de composantes de l'institution cinématographique sont conçus afin de susciter le désir d'atteindre cette posture du sujet-spectateur, afin d'inviter les spectateurs à se laisser emporter par cette conception institutionnelle de la médialité de l'expérience du cinéma en salle.

Puisqu'il concentre sa réflexion sur l'aspect symbolique du cinéma en salle et sur l'apport de la psychanalyse à la compréhension du caractère imaginaire de l'expérience cinématographique, des critiques semblables à celles formulées à propos de la notion de dispositif de Baudry peuvent viser le travail de Christian Metz sur le signifiant imaginaire. Ce dernier reconnaît lui-même que son approche nécessite par ailleurs d'être complétée à la fois de l'apport de la linguistique et de la sémiologie – un travail théorique auquel Metz a



grandement contribué dans le reste de son œuvre scientifique –, ainsi que d'une approche qui traite plus directement du fait social du cinéma, de ses aspects historiques, sociaux et culturels. S'il intègre à son modèle de l'expérience du cinéma en salle un conditionnement institutionnalisé de l'« état filmique », rejetant ainsi une conception qui serait uniquement fondée sur l'omnipotence du seul dispositif cinématographique, il demeure tout de même que la démarche du théoricien demeure toujours attachée au seul objet des mécanismes psychiques du sujet-spectateur : les composantes de l'institution-cinéma qui l'intéressent sont celles qui en prolongent ou qui en répliquent le fonctionnement et la place ou le rôle des spectateurs de cinéma est ainsi réduite à l'adoption d'un « état filmique ». Cela a pour conséquence de renforcer un modèle fondé sur le concept contestable d'un sujet-spectateur unique et dépourvu d'historicité ou qui serait du moins, selon le théoricien, propre à la vaste – et à notre avis trop diffuse ou imprécise – période historique propre à la civilisation moderne. Metz prend les précautions nécessaires afin d'expliquer qu'il s'agit d'une approche théorique abordant seulement partiellement son objet d'étude et qu'il isole volontairement l'appareil psychique généralement propre à tout individu, indépendamment de leurs contextes sociohistoriques. Cela n'empêche pas que, comme on le reproche à la théorie du dispositif de Baudry, il s'agit d'un modèle d'analyse de l'expérience cinématographique qui fonde le concept d'un sujet-spectateur indifférencié, insensible à son contexte socioculturel et dont l'activité est complètement dédiée à la (sur)perception des images et des sons.

Toutefois, le constat principal de Metz, qui concerne le caractère imaginaire non seulement du signifiant cinématographique, mais plus précisément de l'expérience du cinéma en salle et de l'impression de réalité – ou d'immédiateté, si l'on adhère au vocabulaire privilégié dans ce mémoire –, doit être sérieusement considéré dans la mesure où, comme il le signifie lui-même, il s'agirait également du produit d'une forme de médiation symbolique de l'institution-cinéma. En tant que site institutionnel de la consommation du cinéma, les salles de cinéma – leur aménagement, leur mode d'exploitation commerciale et les comportements sociaux qu'elles prescrivent – soutiennent activement une conception de la transparence médiatique du média cinématographique et s'instaurent comme emplacement symbolique – un espace social *autre* – de l'expérience spectatorielle et constituent ainsi certains aspects de la médialité conférée à *l'expérience du cinéma en salle*.

## TROISIÈME CHAPITRE

### Sémio-pragmatique et New Cinema History : cinéma en salle et opacité médiatique

Afin d'encourager la vigilance idéologique et un état de distanciation des spectateurs de cinéma par rapport à l'image ou à l'imaginaire, Barthes propose de compliquer « une "relation" par une "situation"<sup>1</sup>. » Dans les théories du dispositif et du signifiant imaginaire, cette relation qui évoque la posture du rêveur est encadrée ou accompagnée d'une « situation de cinéma » qui pose les conditions psychologiques de l'« état filmique ». Pour Barthes toutefois une telle situation ne fait pas que provoquer cet « effet-cinéma » : elle revêt plutôt une forme d'attrait propre au cinéma, une source d'intérêt et de désir pour les spectateurs. À la fin de son article, il formule l'idée que le sujet-spectateur se laisse :

[...] fasciner *deux fois* : par l'image et par ses entours, comme s'[il] avai[t] deux corps en même temps : un corps narcissique qui regarde, perdu dans le miroir proche, et un corps pervers, prêt à fétichiser, non l'image, mais précisément ce qui l'excède : le grain du son, la salle, le noir, la masse obscure des autres corps, les rais de la lumière, l'entrée, la sortie [...]<sup>2</sup>

Si l'on reconnaît dans la perversion de ce second corps la notion de fétichisme cinématographique décrite par Christian Metz, il demeure que selon Barthes cette fascination pour la *situation de cinéma* ne vise pas à combler un manque, mais constitue plutôt une distanciation ou une forme de prudence des spectateurs qui se laissent prendre par l'impression de réalité que procurerait le cinéma en trouvant plaisir dans ce qui excède l'image et le monde imaginaire que celle-ci évoque avec force.

La formule de « situation de cinéma » apparaît de manière prééminente dans la publication récente de l'ouvrage collectif intitulé *Le cinéma en situation. Expériences et usages du film*, et ce, sans qu'il soit question de son usage par Roland Barthes, mais plutôt des origines de la notion de « situation » dans le champ disciplinaire de la sociologie et plus précisément dans

---

<sup>1</sup> Roland Barthes, « En sortant du cinéma ». *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975, p. 107.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 106.

les écrits des sociologues Erving Goffman et Herbert Blumer<sup>3</sup>. Dans son introduction à l'ouvrage, Laurent Jullier définit ainsi la notion de « cinéma en situation » :

Cela signifie prendre en compte l'*expérience* qu'a le/la spectateur/spectatrice du film en fonction du contexte (social, historique, affectif, etc.) dans lequel il/elle le regarde. Cela signifie élargir l'objet d'étude « cinéma » aux pratiques de réception, de « consommation », et à tout un ensemble de cadres qui, s'ils ne déterminent pas ce que nous pensons du spectacle, influencent nécessairement la compréhension que nous avons de lui et notre avis sur sa qualité ou, par exemple, son utilité éthique<sup>4</sup>.

Si elle permet ici aussi d'interroger le rapport des spectateurs aux *entours de l'image*, l'usage de la notion de « situation de cinéma » est plutôt le résultat direct d'une tentative de redéfinition de l'objet d'étude du champ des études de la réception du cinéma. Au-delà de l'analyse du rapport du sujet-spectateur à l'objet filmique, cet ouvrage collectif se veut selon Jullier une incitation à élargir l'intérêt des chercheurs au-delà de l'étude de l'interprétation des films vers l'étude des différents contextes de la réception filmique et de l'expérience cinématographique.

Dans les deux cas, la notion de « situation de cinéma » est mobilisée afin de désigner ce qui dans l'activité de consommation d'un film se situe en dehors du rapport des spectateurs aux images projetées et dont les effets de médiation interviennent d'une manière ou d'une autre dans la définition de l'expérience cinématographique. En ce sens, la remarque de Barthes comme le programme de l'ouvrage présenté par Jullier procèdent d'une conception de l'opacité médiatique du cinéma et d'une impression d'hypermédiation : la *situation de cinéma* expose certains effets de médiation dont l'épreuve directe constitue le critère d'une expérience cinématographique considérée comme authentique.

Il s'agit de deux exemples d'approches théoriques du contexte de consommation du cinéma parmi plusieurs autres. Comme les différentes approches qui procèdent de ce type de conception de l'opacité médiatique du cinéma ont pour effet d'élargir et de complexifier les limites de la définition du cinéma comme objet d'étude, elles se manifestent dans des formes variées et au sein de branches disciplinaires qui débordent celles des études cinématographiques. On trouve, par exemple, dans la sémio-pragmatique développée par

---

<sup>3</sup> Ce dernier a notamment participé aux Payne Studies, enquêtes sociologiques sur les pratiques de consommation des films américains durant les années 1930.

<sup>4</sup> Laurent Jullier, « Pour une approche interdisciplinaire de la notion de situation cinématographique ». *Théorème*, n° 15, « Le cinéma en situation », 2012, p. 7.

Roger Odin un modèle théorique de l'articulation du processus de production de sens aux contextes de réception de tout acte de communication et dans l'approche historiographique de la New Cinema History une révision de l'histoire de l'exploitation et de la consommation du cinéma selon une approche inspirée notamment des études sociologiques. Les deux approches s'intéressent directement à ce qui excède le texte filmique comme objet privilégié des études cinématographiques. La première propose une complexification et une contextualisation de l'activité de réception cinématographique, la deuxième vise à étoffer le portrait du commerce et de la consommation du cinéma en prônant une ouverture franche à l'interdisciplinarité. Ces deux approches ancrées dans une conception de l'opacité du média cinématographique constituent l'objet du présent chapitre.

L'analyse du discours théorique de Roger Odin ainsi que de l'approche sémio-pragmatique qu'il a développée révèle d'abord, dans une perspective toujours empreinte d'une conception de l'opacité médiatique de l'expérience cinématographique, comment on attribue aux salles de cinéma – comme site d'une forme de cinéma institutionnel et constitutif de l'espace de la communication cinématographique fictionnelle – des effets de médiation d'une forme d'impression d'immédiateté. L'intérêt du modèle développé par le théoricien pour l'étude des processus et relations qui lient différentes composantes de l'*expérience du cinéma en salle* – plutôt que pour un objet d'étude arrêté et précis comme les textes filmiques, ou les salles de cinéma – révèle par ailleurs différents types d'effets de médiation dont la finalité n'est pas seulement la production de sens, mais aussi de procurer des effets sensoriels, des relations interpersonnelles ou des affects. De manière plus large, la sémio-pragmatique propose un modèle de la communication qui permet d'établir l'ensemble complexe des différents aspects de la médialité des salles de cinéma en tant qu'opérateur de communication c'est-à-dire en tant qu'élément constitutif de divers espaces de communication potentiels.

L'approche historiographique de la New Cinema History incite les chercheurs et historiens à s'intéresser aux différents types d'usages et de pratiques qui ont constitué les activités commerciales de consommation et d'exploitation du cinéma et tout particulièrement à leurs aspects sociaux et économiques. Ainsi, ils conçoivent les salles de cinéma comme vecteurs de signification et d'interaction sociale et par extension comme médium de la vie sociale au sein des communautés où est installé ce type de site d'exploitation. L'ensemble complexe de

pratiques et d'échanges sociaux ou économique, entre les spectateurs et les différents acteurs des multiples secteurs de l'industrie cinématographique, suscite des effets de médiation de toutes sortes qui font de l'*expérience du cinéma en salle* une expérience de l'opacité médiatique du cinéma exposée à la redéfinition perpétuelle des fonctions sociales, économiques et culturelles des salles de cinéma.

### **L'approche sémio-pragmatique de Roger Odin**

L'approche sémio-pragmatique établie par Roger Odin est à la fois représentative et distinctive dans le champ des études de la réception du cinéma. Il s'agit d'une approche représentative dans la mesure où elle permet d'intégrer un large spectre des conceptions théoriques de l'interprétation filmique et de l'expérience cinématographique s'étalant du paradigme de l'immanentisme à celui du pragmatisme, selon les termes définis par le théoricien. Elle se distingue de ces conceptions en adoptant les réponses de l'une pour répondre aux questions irrésolues d'une autre et en y faisant appel tout en exposant ouvertement leurs limites respectives. La principale caractéristique de l'approche théorique développée par Odin est de s'intéresser non pas au sens produit ou, en d'autres mots, aux significations des textes filmiques, mais plutôt aux processus de production de sens : « [...] le sens produit est *toujours sociohistorique* et seules des analyses *empiriques* dans des espaces de communication précisément situés (historiquement, géographiquement, sociologiquement) peuvent permettre de l'appréhender<sup>5</sup>. » Évitant ainsi les critiques les plus cinglantes visant les approches immanentistes, la sémio-pragmatique a d'abord pour objectif de préciser et d'analyser théoriquement le contexte de réception d'un film avant de mobiliser une étude de son interprétation par les spectateurs.

L'approche développée par Roger Odin répond à ce qu'il considère être une nécessité logique d'articuler ensemble « deux mouvements contradictoires<sup>6</sup> » – immanentiste et pragmatique – afin d'éviter les écueils résultant de chaque approche isolée. Son modèle théorique doit donc rendre compte de ces deux mouvements :

---

<sup>5</sup> Roger Odin, *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2011, p. 44. Souligné dans le texte.

<sup>6</sup> *Ibid.*, p. 17.

Je cherche un modèle capable de rendre compte des deux mouvements contradictoires mis en évidence : d'une part, le fait que nous croyons être en face d'un texte qu'on a voulu nous communiquer et que nous avons le sentiment de comprendre; d'autre part, le fait que des textes différents sont produits suivant le contexte de lecture dans lequel on se situe. Ces deux mouvements n'ont pas la même relation au paradigme pragmatique; si le second s'y inscrit directement, le premier relève de l'illusion immanentiste, mais cette illusion doit pouvoir être expliquée à partir de la position pragmatique<sup>7</sup>.

Les deux mouvements sont distingués ainsi : ce qui tient du paradigme du pragmatisme est un *fait* et ce qui tient de celui de l'immanentisme est une *illusion*, une croyance ou un sentiment. L'agencement de ces deux mouvements contradictoires se réalise dans une perspective sémio-pragmatique au moyen de l'absorption théorique du premier par le second puisqu'il faut que « l'illusion immanentiste » soit « expliquée à partir de la position pragmatique », c'est-à-dire qu'il faut qu'elle puisse être étudiée objectivement, et non pas selon les impressions qu'elle suscite, mais aussi, comme nous le verrons plus loin, dans la perspective d'une conception de l'opacité médiatique de l'expérience cinématographique.

Les approches théoriques sémio-linguistiques du cinéma comme celles inspirées de la psychanalyse s'inscrivent pour la plupart dans le paradigme de l'immanentisme de la signification filmique. Elles en font partie dans la mesure où elles reposent sur la conception de spectateurs comme sujets définis et construits par le texte filmique. Ces approches ont ainsi inspiré, dans le cadre de l'étude de la réception du cinéma, la conception des publics de cinéma comme ensembles homogènes d'individus relativement passifs et soumis à la signification immanente du film présenté. En ce sens, le paradigme immanentiste correspond à celui des approches dites « text-activated » telles que définies par Janet Staiger dans un ouvrage dont la première partie agit comme référence en ce qui concerne les études de la réception au cinéma<sup>8</sup>. Les deux paradigmes regroupent toutes conceptions théoriques qui situent essentiellement la production de sens au sein du texte. Ce type d'approche théorique prête le flanc à la critique non seulement parce qu'il repose sur la notion de sujet-spectateur, mais aussi parce qu'il omet complètement les effets du contexte de réception sur l'activité d'interprétation. Une perspective immanentiste a pour caractéristique de privilégier ou d'exclure de l'analyse toutes formes de médiation qui pourraient avoir un effet sur

---

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Janet Staiger, *Interpreting Films: Studies in the Historical Reception of American Cinema*, Princeton (N.J.) : Princeton University Press, 1992.

l'interprétation d'un texte filmique outre celles des images et des sons qui le constituent. La sémio-pragmatique permet, en privilégiant l'étude des modalités de production de sens, de résoudre (au moins de manière théorique) ces obstacles de l'analyse immanentiste et d'en permettre ultimement l'application sur des cas historiques précis.

Comme le souligne Roger Odin, ces approches immanentistes sont contradictoires à celles dites pragmatiques. Dans ce second paradigme, la médialité de l'activité des spectateurs ou les effets de médiation des différents contextes objectifs, historiques ou socioculturels dans lesquels ils se situent se constituent en objet d'enquête sur la réception filmique. Il y a aussi dans ce paradigme une forme de correspondance avec deux des paradigmes que Janet Staiger distingue au sein des études de la réception : celui qualifié de « reader-activated » dans la mesure où, parce qu'il privilégie l'étude de l'activité psychologique et institutionnalisée de l'interprétation filmique, l'analyse des propriétés des textes filmiques est reléguée au second plan; et celui qu'elle désigne comme « context-activated » puisqu'il a pour objet d'intérêt premier les conditions sociohistoriques du contexte de réception et la façon dont elles exercent une influence sur les modes d'interprétation adoptés par les spectateurs. Toutefois, selon la perspective théorique d'Odin, la psychologie des spectateurs constitue une des composantes de la notion de contexte – comme toute autre contrainte institutionnelle ou contextuelle – alors que cet aspect correspondrait plutôt selon Staiger à l'approche spécifique dite « reader-activated ». En somme, les approches pragmatiques sont selon Odin celles « qui mettent le *contexte* au *point de départ* de la production de sens, c'est-à-dire les approches qui posent que c'est le contexte qui *règle* cette production<sup>9</sup>. » Comme le souligne Staiger dans son ouvrage, un déterminisme contextuel trop soutenu – qui rejeterait totalement l'intérêt d'une analyse textuelle – ou une concentration excessive sur l'activité d'interprétation cognitive ne saurait aboutir à autre chose qu'une construction théorique incomplète ou du moins très éloignée de ce qui constitue objectivement l'activité de réception filmique. De plus, comme le remarque Odin en se reportant aussi au travail de Staiger, les contraintes qui déterminent tout contexte de communication sont innombrables, ce qui rend irréalisable la description en détail et l'analyse contextuelle ou historique de l'expérience du cinéma en salle. La sémio-pragmatique vise plutôt la conception d'un rapport de codépendance entre les paradigmes immanentiste et

---

<sup>9</sup> Odin, 2011, p. 9.

pragmatique afin de mieux définir et examiner les conditions institutionnelles, sociales et historiques qui guident et qui règlent les processus de production de sens.

Comme la théorie des médias élaborée par Jay D. Bolter et Richard Grusin, la sémiopragmatique d'Odin est fondée sur une dynamique qui polarise deux notions contradictoires. Chacune des polarités identifiées par leurs deux approches théoriques possède d'ailleurs des correspondances : les approches immanentistes se fondent sur une conception de la transparence médiatique et celles dites pragmatiques partagent plutôt les caractéristiques d'une conception de l'opacité médiatique. Dans le premier cas, l'étude concentrée sur le « contenu du texte filmique », l'objet de la représentation filmique, comme source unique de signification du média cinématographique repose nécessairement sur une relative transparence médiatique du contexte de réception et de ses potentiels effets de médiation qui pourraient autrement détourner le « sens immanent » d'un film. Dans le cas des approches pragmatiques, l'étude de l'impact du contexte sociohistorique et culturel sur les pratiques de consommation filmique, mais aussi du contexte matériel de la réception cinématographique – la pratique de l'espace du site d'exploitation ou l'épreuve sensible des médiations technologiques, par exemple – correspond plutôt à une conception de l'opacité médiatique du cinéma. En articulant ensemble ces deux paradigmes – immanentiste et pragmatique – la sémiopragmatique propose donc, à la manière de l'approche théorique de Bolter et Grusin, un modèle de polarité qui permet d'articuler « deux mouvements contradictoires », deux types de conception culturelle et théorique de l'acte de communication ou de la pratique d'un média. Ainsi, l'approche d'Odin permet de déplacer l'intérêt des chercheurs pour un objet d'étude précis – qu'il s'agisse du texte filmique, du contexte sociohistorique de la réception filmique ou de la psychologie spectatorielle – vers celui de l'analyse des processus, relations et effets de médiation qui mettent en rapport chacun des différents objets ou actants de la communication – site d'exploitation, texte filmique, spectateurs, producteurs, exploitants, etc. – sans viser à les définir toutes comme composantes propres au dispositif cinématographique et dont les attributs essentiels détermineraient les conditions de l'expérience filmique. L'ensemble des rapports qui s'établissent dans un contexte précis entre ces différentes composantes de l'expérience du cinéma en salle permet plutôt de reconstituer théoriquement et historiquement un acte de communication singulier et complexe.



L'objectif de l'approche sémio-pragmatique étant de reconstituer de manière plus ou moins complexe les processus et rapports qui lient les diverses composantes et actants de la communication, la démarche scientifique d'Odin s'inscrit de manière un peu plus marquée au sein du paradigme pragmatique et privilégie ainsi une conception de l'opacité médiatique de toute forme de communication. Il demeure toutefois qu'une certaine conception de la transparence médiatique ou du moins de l'impression d'immédiateté qui y est associée caractérise sa compréhension du cinéma de fiction et de son site d'exploitation commerciale institutionnalisé. S'il reconnaît la pertinence de prendre en compte l'apport théorique des approches immanentistes, Odin qualifie d'illusion l'impression d'un sens immanent au texte filmique. L'approche pragmatique, plus empirique et fondée sur l'observation des faits, constituerait la posture théorique à adopter pour expliquer l'illusion immanentiste. La sémio-pragmatique suppose donc que cet état est observable dans les faits, mais seulement en tant qu'illusion. Toute l'entreprise scientifique d'Odin repose sur la nécessité de comprendre l'acte communicationnel avant de lancer l'analyse de son objet et est ainsi empreinte d'une conception de l'opacité de l'expérience médiatique : par exemple, la possibilité d'une lecture immanentiste – et par le fait même d'une conception de la transparence médiatique du cinéma – ne serait pas rejetée, mais elle doit être précédée d'une analyse de l'opacité médiatique de la situation de réception filmique et des effets de médiation ou des contraintes contextuelles qui déterminent les conditions de ce type d'expérience spectatorielle.

### **Salles de cinéma : composantes de l'espace de communication cinématographique fictionnelle**

Dans l'un de ses articles Odin explique de la manière suivante l'articulation des paradigmes immanentiste et pragmatique dans une situation de réception d'un film de fiction : il constate « d'une part, qu'un même *film-projection* (*Image Event*, selon la formulation de Sol Worth) donne naissance à différents *films-textes* en fonction des différents publics auxquels il est donné à voir<sup>10</sup>. » Faisant appel à un concept de l'anthropologue Sol Worth, il définit le *film-projection* comme événement objectif et le distingue ainsi de la notion de *film-texte* qui désigne le produit subjectif de l'interprétation d'un texte filmique<sup>11</sup>. Selon Odin, l'événement

---

<sup>10</sup> Roger Odin, « La question du public. Approche sémio-pragmatique ». *Réseaux*, vol. 18, n° 99, 2000b, p. 63.

<sup>11</sup> Les notions auxquelles se rapporte Odin sont décrites dans Sol Worth, « The Development of a Semiotic of Film ». *Semiotica*, vol. 1, n° 3, 1969, p. 282-321.

sensible des vibrations sensorielles émises sous la forme des sons et des images d'un film projeté définit le *film-projection* et constitue le seul objet d'étude observable de la sémiopragmatique. Il constitue d'autant plus le seul matériau médiatique du cinéma qui est commun à tous les actants de la communication, et ce, des producteurs de textes filmiques jusqu'aux spectateurs qui les consomment (et jusqu'aux théoriciens de la réception du cinéma, pourrait-on ajouter). Chacun des *film-textes* produits durant cet événement ne dépendent toutefois pas uniquement de l'interprétation subjective des membres d'un public, mais aussi des modalités de production de sens qu'ils adoptent sous la pression du contexte de réception : « [...] les modalités de production de sens dépendent du contexte dans lequel se déroule le visionnement : c'est le contexte qui construit le public<sup>12</sup>. » L'objectif de la démarche scientifique de Roger Odin est de décrire ces modalités de production de sens qui règlent différents cadres interprétatifs dans lesquels différents publics vont produire différents *films-textes*. Un contexte de réception donné participe à la constitution de publics historiquement, socialement et culturellement spécifiques et conduit à la mobilisation d'une ou de plusieurs modalités de production de sens.

Selon Odin, dans l'espace de communication fictionnelle par exemple, l'ensemble des médiations qui caractérise l'adoption de la modalité de production de sens fictionnalisant procure ce que nous identifions comme une impression d'immédiateté. Dans ce type de contexte – et notamment dans celui que procure les salles de cinéma –, chaque spectateur a l'impression d'assister à la construction d'un *film-texte* « authentique » c'est-à-dire que l'interprétation qu'il en tire lui semble correspondre à une signification immanente au texte filmique, une signification qui aurait été programmée telle quelle par l'actant émetteur. L'impression d'authenticité du *film-texte* produit par chacun des spectateurs ayant adopté le mode de production de sens fictionnalisant correspond ainsi à l'impression d'immédiateté qu'ont définie Bolter et Grusin : les spectateurs croient (plus ou moins complètement) être exposés, sans intermédiaires ou sans médiation, au même texte filmique que celui produit par l'actant émetteur/producteur. En d'autres mots, chaque spectateur a l'impression d'un sens immanent au texte filmique qui correspond au *film-texte* singulier qu'il aura produit au moyen de sa propre activité interprétative. Toutefois, selon la perspective sémiopragmatique, les

---

<sup>12</sup> Odin, 2000b, p. 63.

spectateurs ayant assisté à un même *film-projection* ne partagent pas tous une interprétation identique du film et l'impression d'immédiateté correspond dans les faits à un effet de médiation procuré par la modalité de production de sens. Ils auront toutefois probablement eu en commun l'usage d'une ou plusieurs modalités de production de sens adoptées sous la pression du contexte de l'événement cinématographique auquel ils ont assisté.

Les modalités de production de sens sont des constructions théoriques qui possèdent avant tout une valeur analytique selon Odin. Elles visent « à structurer en *ensembles fonctionnels* les processus de production de sens<sup>13</sup> » ou, en d'autres mots, à définir un modèle théorique de différents types d'expériences communicationnelles. Ces modalités sont déterminées dans le cadre de la sémio-pragmatique par les formes discursives qu'ils mettent de l'avant (narrative, descriptive, etc.), par le type d'énonciateurs qu'ils construisent (réel, fictif, etc.) ainsi que par le type d'espace qu'ils invitent à concevoir (représentation d'un monde, espace symbolique ou abstrait, etc.) et par le type d'effets sensoriels ou de relations affectives qu'ils produisent (relations avec l'objet de la représentation ou entre les actants de la communication, etc.). Ce déplacement vers une approche de la complexité de la réception cinématographique se limite ainsi à mettre l'accent sur l'étude des processus qui constituent des actes ou des situations de communication – plutôt que leurs objets ou leurs sujets – et conserve des approches immanentistes la nécessité de construire théoriquement un objet d'étude arrêté, limité, analysable : la sémio-pragmatique ne prétend donc pas prendre en compte toute la complexité du contexte de toute situation de communication, mais plutôt en forger des modèles types – des modalités de production de sens, ou encore, des espaces de communication – qu'on puisse analyser et comparer entre eux.

L'adoption commune d'une modalité de production de sens ou d'un ensemble de celles-ci n'est pas toujours possible, mais elle est nécessaire dans toute situation où la communication a lieu entre récepteurs et émetteurs c'est-à-dire dans ce qu'Odin désigne comme « espace de communication ». Ainsi, les modalités de production de sens qu'adoptent les spectateurs au moment de leur expérience du cinéma en salle doivent aussi correspondre à celles que toutes les instances de la production et de l'exploitation cinématographiques mobilisent :

---

<sup>13</sup> Odin, 2011, p. 46.

La sémio-pragmatique du cinéma se propose d'étudier la réalisation et la lecture des films en tant que pratiques sociales programmées.

Selon cette approche, l'acte de faire ou de voir un film n'est pas d'emblée un fait de discours, mais un fait d'institution qui passe par l'adoption d'un rôle programmé par un faisceau de déterminations issu de l'espace social.<sup>14</sup>

De fait, selon le théoricien, seul le partage des mêmes contraintes institutionnelles – issues ni exclusivement d'un texte filmique ni exclusivement de l'activité de « lecture » des spectateurs, mais plutôt de l'espace social en général – tant par les producteurs d'un film que par les spectateurs qui le consomment, permet que se constitue la représentation filmique en tant qu'acte de communication et que tous les actants de la communication soient en mesure de produire une commune signification du texte filmique. En l'absence d'une telle correspondance, aucune situation de communication ne peut avoir lieu entre les différents actants selon Odin :

A priori, il n'y a aucune raison pour qu'actant réalisateur et actant lecteur adoptent le même rôle (le même processus de production de sens et d'affects); ce n'est que lorsque le même faisceau de déterminations pèse à la fois sur l'espace de la réalisation et l'espace de la lecture que la production de sens et d'affects a quelques chances d'être effectuée de façon homologue par les deux actants<sup>15</sup>.

Il s'agit d'un « modèle de non-communication<sup>16</sup> » qui pose comme un problème à résoudre plutôt que comme état de fait la possibilité d'une communication effective entre les instances réceptrice et émettrice (ou entre les spectateurs et les producteurs d'un texte filmique). Cette perspective de la communication incite le théoricien à insister sur la définition d'un contexte de communication « comme une construction qui vient *avant* la communication pour en fixer les modalités<sup>17</sup> » et comme un faisceau de contraintes qui, dans une situation historique donnée, conduisent à (sans nécessairement obliger) la mobilisation d'une ou de plusieurs modalités de production de sens, et non pas comme une forme de savoir propre à un moyen de communication ou à un média qui serait soit immanent du texte filmique, soit précédemment acquis et partagé par les différents actants de la communication. Plutôt que de penser les attributs culturellement construits d'un média dans leur rapport au média lui-même, Roger Odin propose de les penser en fonction de leur relation avec les contraintes contextuelles qui

---

<sup>14</sup> Roger Odin, « Du spectateur fictionnalisant au nouveau spectateur : approche sémiopragmatique ». *Iris*, n° 8, 1988, p. 121.

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> Odin, 2011, p. 18-19.

<sup>17</sup> *Ibid.*, p. 21.

déterminent un espace de communication donné. Dans une perspective sémio-pragmatique, le processus qui sanctionne la légitimité d'un média correspond plutôt à la constitution d'un espace de communication<sup>18</sup>.

Il faut préciser que, comme la plupart des notions développées par Roger Odin dans le cadre de la sémio-pragmatique, un espace de communication est une modélisation purement théorique. Elle a pour but de reconstituer théoriquement un contexte de réception en restreignant le nombre illimité de contraintes qui peut le constituer dans la réalité objective. Elle limite également le nombre d'actants d'une même situation de communication pour ne retenir que ceux qui partagent effectivement le même axe de pertinence. L'espace de communication n'a, en somme, pas d'existence objective ou réelle. Cette construction théorique permet ainsi de mobiliser la description et l'analyse théorique précises des processus de production de sens dans une situation donnée c'est-à-dire selon un nombre limité de contraintes et de composantes ou paramètres constitutifs.

Le cinéma en salle peut constituer dans la perspective sémio-pragmatique d'Odin un espace de communication et le site même de l'exploitation cinématographique constitue une des composantes de cet espace. Les salles de cinéma constituent un ensemble de contraintes contextuelles institutionnalisées qui exercent une pression certaine sur l'adoption de modalités de production de sens spécifiques et plus particulièrement, selon le théoricien, de la modalité fictionnalisante qui constitue une caractéristique propre de ce type de sites, et ce, au moins durant la majeure partie de l'histoire du cinéma au 20<sup>e</sup> siècle. En fait, selon Odin, la modalité de production de sens fictionnalisante est le processus de communication privilégié de l'espace de communication du cinéma en salle et ce mode de consommation et d'exploitation constitue une composante institutionnelle du cinéma de fiction.

---

<sup>18</sup> Ce qui se distingue par exemple du concept de la *remediation* élaborée par Bolter et Grusin qui proposent de considérer que tout nouveau média acquiert sa légitimité lorsqu'on considère qu'il comble les lacunes d'un autre média. Voir Jay D. Bolter et Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge (MA) : MIT Press, 1999, p. 60. L'approche sémio-pragmatique se distingue également à ce propos de l'approche généalogique des médias d'André Gaudreault et Philippe Marion qui proposent de concevoir la légitimité d'un média comme la conséquence de son avènement à titre d'institution socioculturelle. Voir André Gaudreault et Philippe Marion, « Un média naît toujours deux fois... », *Sociétés & Représentations*, n° 9, 2000, p. 21-36. Odin cherche plutôt à concevoir un modèle foncièrement théorique (ne désignant donc pas nécessairement une institution réelle) et permettant d'étudier des situations de communication plus informelles que celles qui, comme le cinéma, possèdent un statut institutionnel.

Si un espace de communication doit demeurer une construction théorique, un site matériel comme une salle de cinéma peut constituer l'objet d'une analyse sémio-pragmatique dans la mesure où l'on accepte de le concevoir d'abord comme un contexte de réception déterminé théoriquement par l'analyste :

[...] le contexte n'est pas davantage pour moi un donné que ne le sont les modes; c'est un construit et en tant qu'analyste, je peux conférer à cette construction le degré et le genre exact de généralité ou de particularité que je désire. Je peux, par exemple, décider de travailler sur les salles de cinéma (*vs* les autres lieux de visionnement de films : les ciné-clubs, l'école, l'université, la télévision, etc.) [...] <sup>19</sup>.

La notion d'« espace de communication » permet donc à Roger Odin de désigner un contexte donné dans lequel l'acte de communication a lieu, c'est-à-dire une situation déterminée par un certain faisceau de contraintes qui exercent une pression tant sur les actants récepteurs et émetteurs d'un texte afin qu'ils adoptent communément un ou plusieurs modes spécifiques de production de sens et qu'ils produisent du sens sur un même axe de pertinence.

Dans son ouvrage de 2011, Odin substitue la notion d'« espace de communication » à celle d'« institution » afin de se distancier du sens courant de ce terme et du risque de « trop de laisser entendre qu'il s'agit d'une structure existant dans le réel<sup>20</sup>. » La définition est similaire, mais, en effectuant cette substitution, Odin cherche à éviter que la compréhension de la notion d'« institution » soit connotée d'une lourdeur institutionnelle qui convient à l'espace de communication du cinéma en salle, mais qui exclurait des situations de communication plus ou moins informelles (comme les ciné-clubs, le cinéma en milieu scolaire, la diffusion télévisuelle, pour ne rappeler que les exemples cités ci-dessus). Il tient toutefois à la fonction de sanction sociale associée à la définition d'une institution : « Pour les actants de la communication, ne pas respecter les contraintes de l'espace de communication dans lequel ils se trouvent se paie d'une façon ou d'une autre<sup>21</sup>. » D'un point de vue théorique, le prix d'un tel non-respect est le bris de communication : les actants de la communication se situent alors sur des axes de pertinence contradictoires et ne partageront pas le même sens produit à partir du texte filmique ou de leur expérience spectatorielle en général. En pratique, cela ne signifie donc pas nécessairement qu'il n'y a pas de production de sens, mais plutôt que le sens produit

---

<sup>19</sup> Odin, 2000b, p. 63.

<sup>20</sup> Odin, 2011, p. 40.

<sup>21</sup> *Ibid.*

ne correspondra pas à celui prévu par les actants producteurs. La réalisation d'un espace de communication est toujours possible, mais seulement un qui ne concerne que l'ensemble des actants d'une situation de communication qui partagent le même axe de pertinence, les mêmes modes de production de sens.

Selon Roger Odin, les salles cinématographiques sont donc, comme composantes institutionnelles, « avant tout dédiée[s] au film de fiction<sup>22</sup> ». L'étude de la communication fictionnelle est prééminente dans l'œuvre du théoricien qui constate que – en se rapportant à la conception de la fiction comme aspect structurant du psychisme chez Metz et Baudry<sup>23</sup> –, dans les sociétés occidentales au moins, parmi toutes les situations de communication, « l'espace de la communication fictionnelle est l'espace de communication dominant<sup>24</sup> ». Tout en reconnaissant qu'il serait inapproprié de prétendre à l'omniprésence de la communication fictionnelle, selon lui son impact est tel que, dans l'espace social comme dans le domaine scientifique, cinéma et films de fiction sont souvent confondus. Cette domination du mode fictionnalisant, selon les termes d'Odin, a aussi ses effets dans les écrits du théoricien qui semble prendre pour acquise la convergence culturelle du cinéma *en salle* et des films de fiction : bien qu'il le mentionne à quelques reprises à travers ses divers écrits, il ne rappelle relativement pas souvent, en comparaison à l'importance du thème de la fiction dans son œuvre, le rôle que joue le site d'exploitation dans l'adoption de cette modalité de production de sens. Il faut tenir pour acquis que lorsqu'il interroge l'espace de la communication fictionnelle le théoricien le situe, sauf s'il y a mention contraire, dans le contexte de réception des salles de cinéma. Ce type de site serait d'ailleurs selon Odin bien mal adapté pour l'accueil d'autres genres de textes filmiques et nécessiterait une forme de pression contextuelle étrangère pour que ces films soient interprétés selon d'autres modes de production de sens que celui de la fictionnalisation. Ainsi, les publics seraient, selon lui, préalablement à toute situation communicationnelle, disposés à adopter un mode de production de sens fictionnalisant. Des actions concrètes, voire des contextes matériels différents seraient donc nécessaires pour constituer, par exemple, des publics documentarisants :

---

<sup>22</sup> Roger Odin, *De la fiction*, Bruxelles : Éditions De Boeck Université, 2000a, p. 124.

<sup>23</sup> Odin, 1988, p. 121-122.

<sup>24</sup> Odin, 1988, p. 122.

[...] il est clair qu[e l'appartenance généralisée au mode fictionnalisant] rend plus difficile la constitution d'autres publics comme en témoignent tous les efforts qui doivent être déployés pour que se constitue un public documentarisant dans les salles de cinéma (organisation de séances spéciales, de festival, programmation en présence des réalisateurs, etc.); ce n'est que dans des cadres institutionnels relativement contraignant [*sic*] comme l'école (qui réclame de lire les films pour en tirer des informations) ou à la télévision (qui dès ses origines a été conçue comme un dispositif documentarisant) qu'un tel public existe réellement<sup>25</sup>.

Roger Odin considère ici que les contextes déterminés par des contraintes exerçant une pression vers l'adoption du mode de production de sens documentaire ont pour effet de détourner les publics d'un film de leur disposition première pour une lecture fictionnalisante. Selon cette perspective, les salles de cinéma constituent non seulement le contexte de réception privilégié du mode de production de sens fictionnalisant, mais aussi, du fait de ce qu'il juge être la domination de l'espace de communication fictionnelle, elles constituent aussi le contexte de réception cinématographique par excellence à partir duquel le théoricien établit les comparaisons théoriques qui animent son analyse heuristique d'autres espaces de communication.

La dynamique heuristique de l'approche analytique sémio-pragmatique entraîne donc dans les différents articles et ouvrages du théoricien un ensemble de comparaisons à partir desquelles sont définis les propriétés de tel ou tel autre espace de communication par rapport à celles de l'espace du cinéma de fiction en salle. Par exemple, le cinéma en salle permet de déterminer la posture d'un actant récepteur en tant que spectateur, et ce, dans la mesure où elle se distingue de celle d'un même actant situé dans un autre contexte de réception comme ceux de l'école ou de la famille :

[...] par exemple, étant donné l'ensemble des salles de spectacle, je peux construire le contexte comme espace dans lequel l'actant [récepteur] sera positionné en « spectateur » par opposition au contexte scolaire où [le récepteur] est positionné en « apprenant » ou au contexte familial dans lequel il est positionné comme « membre de la famille.<sup>26</sup> »

Le site d'exploitation constitue une composante d'un espace de communication précis qui a pour effet d'inviter les actants récepteurs à adopter la posture de spectateurs. Cette posture diffère de celle d'autres sites de réception d'images animées puisqu'ils n'émettent pas les mêmes contraintes contextuelles, ne mobilisent pas les mêmes modes de production de sens et

---

<sup>25</sup> Odin, 2000b, p. 69.

<sup>26</sup> Odin, 2011, p. 21.



entraînent donc la production de films-textes différents, et ce, même si l'on y présentait le même texte filmique. De manière générale, dans le cadre théorique de la sémio-pragmatique, la posture des spectateurs de cinéma en tant qu'actants récepteurs de la communication est complexe : elle peut comprendre à la fois certains éléments d'une conception du sujet-spectateur généralement associée aux approches dites immanentistes et d'autres caractéristiques d'une conception pragmatique selon laquelle les spectateurs profitent d'une autonomie individuelle certaine dans leur activité d'interprétation du texte filmique ou même dans le type de signification, de relations ou d'effets produits durant l'expérience du cinéma en salle. Cette posture spectatorielle se simplifie et se synthétise toutefois lorsqu'elle est théoriquement conçue en tant que composante d'un espace de communication. Odin invoque un partage de contraintes pour exprimer la façon dont cette posture complexe se concentre ou se cristallise momentanément en une figure théorique figée par le contexte de réception :

Le spectateur construit bien le texte, mais il le fait sous la pression de déterminations qui le traversent et le construisent sans qu'il en ait le plus souvent conscience. Le spectateur n'est ni libre ni individuel : il partage, avec d'autres, certaines contraintes<sup>27</sup>.

Le seul fait que, par exemple, les spectateurs se rendent en salle de cinéma pour consommer un film constitue une manière de participer à des modes spécifiques de production de sens (notamment le mode fictionnalisant) : ils acceptent ainsi de composer avec les contraintes propres à cette modalité de consommation d'images animées. Ainsi, pour Roger Odin, un public est « un ensemble d'individus réunis par la mise en œuvre d'un système de modes de production de sens (c'est-à-dire d'un programme de production textuelle)<sup>28</sup>. » En ce sens, un public, dans la perspective sémio-pragmatique, est l'ensemble synthétique (et donc théorique) des actants récepteurs d'un espace de communication circonscrit qui partage strictement les mêmes contraintes contextuelles, les mêmes modalités de production de sens. Les spectateurs de cinéma sont donc chacun compris comme des entités complexes qui ne se conforment pas réellement à un axe de pertinence unique, mais qui peuvent être conçues comme telles dans la mesure où elles constituent les composantes d'un espace de communication construit par un théoricien. L'approche heuristique sur laquelle se fonde la sémio-pragmatique vise ainsi la construction d'objets d'étude précis et d'ordre purement théoriques – les espaces de

---

<sup>27</sup> Odin, 2000b, p. 54.

<sup>28</sup> *Ibid.*, p. 60.

communication, les modes de production de sens, les actants de communication, etc. – et sur la comparaison soustractive de ces différents objets entre eux afin d'en déterminer les propriétés respectives. Rarement analysées directement sous la loupe sémio-pragmatique, les salles de cinéma constituent toutefois un objet de prédilection chez Odin pour faire la comparaison heuristique d'autres contextes de réception d'images animées et sont ainsi construites indirectement comme composantes de l'espace de communication fictionnelle, comme opérateur de la communication fictionnelle<sup>29</sup>.

Aux contraintes contextuelles et aux actants de la communication s'ajoute donc le concept d'opérateur de communication, un autre type de composante participant à la constitution d'un espace de communication : « J'appelle *opérateur de communication* tout ce qui, dans un espace donné, sur l'axe de pertinence retenu, est utilisé par les actants pour permettre la communication<sup>30</sup>. » Ces opérateurs sont des objets matériels qui possèdent les fonctions d'un médium – une certaine forme de médialité –, mais dont l'ensemble infini ne se limite pas aux seuls médias institutionnalisés. Selon le type d'espace de communication auquel ils participent en tant qu'élément constitutif, des effets de médiation qui ne leur sont pas nécessairement propres sont attribués à ces objets qui agissent alors en tant que déclencheurs d'un acte de communication situé sur un axe de pertinence précis :

[...] pour analyser les opérateurs intervenant dans un espace de communication, s'en tenir aux *médias* déjà constitués ne suffit pas; ce qu'il faut, c'est analyser comment chaque espace de communication *construit* ses opérateurs. Cette construction vise à adapter l'opérateur à sa fonction dans l'espace de communication considéré<sup>31</sup>.

Des structures ou des objets matériels sont donc conçus en tant qu'opérateurs de communication par les divers actants et construits par les différentes contraintes contextuelles d'une situation de communication précise en fonction des modes de production de sens privilégiés. Ils ne possèdent pas de caractéristique ni d'attribut qui leur serait essentiellement associé ou de fonction propre et manifeste dans toute situation de communication.

Les salles de cinéma agissent ainsi comme composante d'un espace de communication à titre d'opérateur de communication si l'on considère, comme le fait Odin, que ce type de site

---

<sup>29</sup> C'est par exemple ainsi qu'il définit explicitement le contexte de visionnement des films de famille par opposition au cinéma en salle : « [...] je ne retiens de la famille comme contexte que *ce qui la différencie*, en tant qu'instance visant à régler la production de sens, des salles de cinéma. » *Ibid.*, p. 64. Souligné dans le texte.

<sup>30</sup> Odin, 2011, p. 89. Souligné dans le texte.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 93.

d'exploitation déclenche l'acte de communication fondé sur l'adoption du mode fictionnalisant. Plutôt que de concevoir les salles de cinéma comme composante fondamentale du média cinématographique ou comme dispositif entièrement dédié à la seule exécution technique des conditions idéales de projection filmique, la notion d'opérateur de communication permet de concevoir ce type de site d'exploitation comme une structure matérielle, un élément constitutif qui rend possible l'acte de communication, c'est-à-dire le partage d'un axe de pertinence commun entre les différents actants et donnant ainsi lieu à un espace de communication donné. Selon cette perspective, les salles de cinéma sont des structures architecturales et technologiques conçues et aménagées par les actants émetteurs et utilisées par les actants récepteurs afin d'instaurer un espace de communication commun c'est-à-dire pour établir et sanctionner, avant toute projection d'image, un axe de pertinence partagé par tous les actants d'une même situation de communication. Comme le remarque Odin, il ne suffit pas de considérer seulement les « médias déjà constitués » lorsqu'il est question d'opérateurs de communication puisque ceux-ci sont construits par chaque espace de communication ou, en d'autres termes, selon l'axe de pertinence retenu. Ainsi, il n'est pas utile, selon une approche sémio-pragmatique, de considérer le cinéma en salle comme *média déjà constitué* puisque, en tant qu'opérateur de communication, les salles de cinéma peuvent être adaptées, construites et modelées (que ce soit de manière théorique, symbolique, technologique ou matérielle) à chacun des différents espaces de communication qui voudrait les mobiliser et que, par le fait même, elles ne possèdent parfois pas la même fonction ou elles ne sont carrément pas correctement adaptées à l'axe de pertinence retenu par une partie des actants. Ainsi, en tant qu'opérateur de communication, les salles de cinéma constituent le site d'une négociation des contraintes qui régiront les modes de production de sens privilégiés – en premier lieu celui de la fictionnalisation, en raison du statut institutionnel qu'elles ont acquis, selon Odin – et qui détermineront les conditions de la sanction d'un espace de communication partagé tant du côté de la réception que de l'émission ou de la production des textes filmiques. À titre d'opérateur de communication, les salles de cinéma se voient attribuer des fonctions visant à favoriser deux des opérations constitutives du processus de fictionnalisation définies

par Odin : la diégétisation et la fictivisation<sup>32</sup>. Répondant ainsi à ce qu'Odin considère comme « la nécessité d'effacer le support (au cinéma : l'écran) sur lequel viennent s'inscrire les images qui servent à construire le monde<sup>33</sup> », les salles de cinéma contribuent au processus de la diégétisation, c'est-à-dire à favoriser la perception et la construction spectatorielle de l'espace de la fiction comme un monde. En d'autres termes, le relatif estompement de ce qui permet la communication – un opérateur de communication – participe à une opération déterminante du mode de production de sens fictionnalisant. Le théoricien ne désigne que l'écran, mais la dissimulation du projecteur derrière les spectateurs et la pénombre de la salle constituent des paramètres qui visent aussi à effacer de la conscience des spectateurs, temporairement, la présence du support des images filmiques ou du moins du contexte matériel qui en assure la représentation. À la différence des théories élaborées par Baudry et Metz, la diégétisation et l'effacement du support semblent moins servir à placer les spectateurs dans un état psychique particulier – l'impression de réalité ou l'identification cinématographique primaire – que de les inciter à construire l'espace du film projeté ou du contexte matériel de la réception comme monde fictif complètement détaché des contraintes de leur existence réelle et plutôt fondée sur la diégèse du texte filmique. En tant qu'opérateur de communication, le site d'exploitation aurait donc pour effet de médiation, en s'effaçant au profit des images projetées, de privilégier chez les spectateurs une forme de détachement temporaire, d'oubli momentané du contexte de leur vie quotidienne et du monde social situé en dehors de son enceinte et de contribuer en partie à une deuxième opération de la fictionnalisation : le processus de fictivisation.

La fictivisation, un processus de construction d'une structure énonciative fictive, affecte plus directement la posture des actants récepteurs de l'espace de la communication fictionnelle : une origine fictive est attribuée tant à l'énonciateur qu'à l'énonciataire d'un texte filmique. Ce processus affecte non seulement la posture des spectateurs de cinéma, mais aussi, et surtout, leur localisation, et ce, tant par rapport au monde « diégétisé » qu'au contexte réel et objectif de la réception :

---

<sup>32</sup> Le théoricien consacre un chapitre à chacun des deux processus de la fictionnalisation que sont la diégétisation (chapitre 1, p. 17-23) et la fictivisation (chapitre 4, p. 47-52) dans son ouvrage sur la communication fictionnelle. Voir Roger Odin, 2000b.

<sup>33</sup> *Ibid.*, p. 21

La fictivisation consiste à considérer que l'énonciateur n'intervient pas en tant que « je-origine-réelle », mais comme origine fictive : qu'il accomplit l'acte d'énoncer « sans assumer les engagements qui sont normalement requis par cet acte » (engagement de répondre de la vérité de ce qui est raconté, [...]) mais aussi « sans intention de tromper » [...]. Du coup, le spectateur ne se sent pas non plus interpellé en tant que personne réelle ayant à prendre au sérieux ce qui lui est raconté [...] le spectateur pourra d'autant plus se laisser aller à « marcher » : non seulement il sait bien qu'il est au cinéma et qu'on lui raconte une histoire, mais il sait encore que cette histoire ne cherche pas à l'atteindre personnellement [...] <sup>34</sup>.

En somme, selon Odin, les spectateurs de fiction cinématographique se projettent dans l'espace fictif d'un énonciateur fictif, « *dans un ailleurs*, un ailleurs qui n'est ni notre monde réel, ni le monde du film (la diégèse), mais un espace inquestionnable <sup>35</sup>. » Dans cet ailleurs, les spectateurs ont l'impression de ne pas être personnellement concernés par l'acte de communication. Le fait qu'ils soient en salle de cinéma, site institutionnalisé de la fiction cinématographique, et qu'ils sachent qu'on cherche seulement à leur « raconter une histoire » est doublé de cet état, propre à la fiction selon le théoricien, de détachement personnel des spectateurs à l'égard de leur posture d'énonciataire. Dans une certaine mesure, les salles de cinéma, en tant qu'opérateur d'une lecture fictionnalisante, s'instaurent comme site situé entre « notre monde réel » et « le monde du film », où le processus de fictivisation est prescrit et où sont légitimes l'impression de chacun des spectateurs de ne pas être « interpellé en tant que personne réelle ayant à prendre au sérieux ce qui est raconté » et le sentiment qu'on ne tentera pas de les « atteindre personnellement ». La fictivisation et la posture paradoxale des spectateurs de cinéma ont par le fait même des conséquences qui dépassent le seul aspect de l'énonciation du texte filmique puisqu'ils impliquent une dépersonnalisation temporaire et volontaire des spectateurs et ont donc des effets sur la posture *sociale* de chacun d'entre eux. Ainsi, la notion de fictivisation vient compléter celle de diégétisation dans la mesure où la première désigne la création d'une forme de rempart protégeant d'une intrusion du monde réel ou du cours normal de la vie en société dans l'espace de communication et où la deuxième décrit le processus qui permet d'ouvrir une fenêtre sur un monde fictif et imaginaire. L'articulation de ces deux processus permet d'expliquer, selon l'approche sémio-pragmatique, de quelle manière le site d'exploitation se constitue ou est culturellement conçu comme un

---

<sup>34</sup> Odin, 1988, p. 128.

<sup>35</sup> Odin, 2000b, p. 52. Souligné dans le texte.

« ailleurs » propre à la fictionnalisation, cet interstice entre illusion immanentiste et épreuve de la réalité, entre fiction et expérience objective de la situation de réception cinématographique.

La diégétisation et la fictivisation constituent ainsi des processus qui permettent respectivement de conférer aux salles de cinéma un aspect de transparence médiatique ainsi qu'un rôle de facilitation de l'impression d'immédiateté que peut procurer le cinéma de fiction. S'ils contribuent ainsi à susciter une illusion immanentiste ou à donner l'impression d'être situé dans un espace autre, ils sont abordés par la sémio-pragmatique non pas comme des attributs essentiels du dispositif cinématographique, mais bien comme des effets de médiation : l'effacement du contexte matériel vise à communiquer une attitude à adopter, un comportement qui laisse libre cours à l'impression d'une médiation cinématographique transparente. En d'autres mots, les salles de cinéma ne procurent objectivement pas une impression d'immédiateté : elles exerceraient plutôt une pression, une forme de contrainte contextuelle, sur les actants de l'espace de communication en les incitant à adopter un détachement temporaire du monde réel et objectif au profit de la construction imaginaire d'une posture fictive, située entre réalité et fiction.

Seuls les propos de Roger Odin sur la fictionnalisation et notamment ceux qui concerne l'effacement du support dans le processus de diégétisation et la posture des spectateurs en tant qu'énonciateurs fictifs permettent de reconstruire dans son œuvre scientifique ce qui pourrait constituer une approche des salles de cinéma comme espace ou opérateur de communication. Cette conception des salles de cinéma selon l'approche sémio-pragmatique que nous reconstituons se distingue du modèle théorique du dispositif ou du signifiant imaginaire en faisant du site d'exploitation, non pas un contexte transparent à un sens immanent du texte filmique, mais plutôt une composante d'un espace de communication incitant les spectateurs qui l'occupent à adopter le mode de production de sens fictionnalisant :

Notons que rien n'oblige le public à suivre les indications données par le film (même s'il les a repérées). En ce qui concerne le choix du ou des mode/s de production de sens, le film est de peu de poids devant les contraintes du contexte<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 61.

En somme, c'est parce que le contexte de réception des salles de cinéma a été institutionnalisé en tant que site par excellence de la fictionnalisation – c'est-à-dire que cette fonction ou ce rôle lui a été attribué en tant que fait de culture, fait de société, fait économique, etc. – que les spectateurs sont enclins à adopter une posture particulière ou à endosser l'impression d'effacement du contexte et du support matériel des images projetées au profit d'un monde diégétisé. Autrement, c'est-à-dire sans la force institutionnelle du cinéma en salle et le poids des contraintes de ce type de contexte de réception, il serait moins probable que les spectateurs se soumettent aussi aisément aux opérations du mode de production de sens fictionnalisant définies par Odin. Ce sont donc des conventions sociales, culturelles et économiques, une forme de contrat institutionnel, qui font des salles de cinéma ce site d'un ailleurs, intercalé entre monde réel et monde diégétisé, où les spectateurs adoptent un état particulier autorisant la construction et la croyance momentanée d'un monde fictif.

Selon cette perspective, les salles de cinéma sont ainsi constituées comme composantes du cinéma en tant que système complexe auxquelles sont attribuées certaines formes de médialité qui varient selon leur historicité, les contextes socio-économiques dans lesquels elles se situent, les valeurs culturelles qu'on leur attribue et les usages qu'en font tant les actants récepteurs que les actants producteurs ou émetteurs. Ce type de site d'exploitation n'assure donc pas dans l'absolu la réalisation d'un espace de communication propre au cinéma de fiction – bien qu'il s'agit d'une instance institutionnelle à laquelle il a été fortement associé – puisqu'il dépend des divers actants et de leurs contextes respectifs de construire l'espace de communication qui leur est approprié, selon une configuration complexe, propre et singulière.

À cet égard, s'il est surtout question des effets de médiation des contraintes contextuelles de l'espace de réception filmique dans ses écrits, Roger Odin présente les actants émetteurs et producteurs tout comme les actants récepteurs en tant qu'adhérents actifs à l'espace de communication fictionnelle ou, en d'autres termes, à l'institution-cinéma. En tant que sites d'exploitation commerciale du cinéma, les salles de cinéma sont conçues par l'industrie cinématographique comme opérateurs permettant la communication fictionnelle que la majorité de leurs productions privilégie. Elles ont été modelées par ces mêmes actants afin d'assurer la réalisation d'un espace de communication qui répond tant aux contraintes contextuelles qui caractérisent leurs publics – la demande de leur clientèle, leur désir pour la

fictionnalisation ou pour tout autre mode de production de sens par exemple – qu’à leurs contraintes économiques – objectifs de rendement et de stabilisation du marché, par exemple. Les spectateurs, au moment de l’occupation de ce site institutionnalisé, sont de leur côté invités à respecter une forme de contrat fictionnalisant : s’ils acceptent de se situer dans cet ailleurs fictif de l’espace de l’énonciation fictionnelle et de se laisser temporairement aller à la crédulité, ils obtiennent en retour l’assurance de ne pas se sentir individuellement et directement concerné en tant qu’énonciataire, qu’on ne tentera pas d’atteindre leur personne propre. Parmi l’ensemble des espaces possibles de communication cinématographique, le cinéma en salle possède une force institutionnelle qui serait, selon l’approche théorique de Roger Odin, plus difficile à ébranler, mais qui repose sur une forme de consensus social et économique assurant la satisfaction tant des actants récepteurs que des actants émetteurs ou producteurs.

Ainsi, comme pour tout espace de communication, le respect des contraintes variées qui définissent l’espace de communication du cinéma en salle demeure selon l’approche sémiopragmatique une condition essentielle à la constitution de cet espace. La transgression d’une telle forme de respect comporte un prix, une forme de sanction institutionnelle, qui « se paie d’une façon ou d’une autre<sup>37</sup>. » Pour les exploitants de salles et pour les producteurs de films, c’est le risque de la perte de revenus qui est notamment en jeu s’ils ne se conforment pas aux attentes de leur clientèle. Pour les spectateurs, c’est la possibilité de « fictionnaliser », mais aussi, sous les autres aspects de l’expérience du cinéma en salle, la discorde sociale (le mécontentement des spectateurs importunés par un autre groupe qui ferait trop de bruit, par exemple) ou une déception sur la valeur économique d’une séance de projection (l’insatisfaction d’un spectateur d’avoir payé pour un film qui ne correspond pas à ses attentes, par exemple). Ainsi, l’expérience du cinéma en salle se sanctionne comme espace de communication tel un véritable contrat scellé sur le plan de la communication textuelle par le mode de production de sens partagé, sur le mode social par le respect d’une certaine forme de civilité sur le site d’exploitation et sur le plan économique par le règlement d’une forme de contrat d’échange commercial, l’achat du ticket d’entrée.

---

<sup>37</sup> Odin, 2011, p. 40.



## **Transformation de l'espace de communication du cinéma en salle**

Si la majeure partie de l'œuvre théorique de Roger Odin, traitant principalement de la communication fictionnelle, offre une conception des salles de cinéma en tant qu'opérateurs de communication institutionnellement modelés afin de favoriser l'adoption du mode de production de sens fictionnalisant, un certain nombre d'écrits du théoricien présente aussi une analyse des transformations marquantes qui ont ébranlé l'institution cinéma, la prépondérance de l'espace de fiction cinématographique et, en somme, l'expérience du cinéma en salle. Odin affirme notamment que les modalités de production de sens spectacularisant et énergétique – bien qu'elles ne soient pas complètement étrangères aux salles de cinéma puisqu'elles se sont manifestées à des degrés qui varient au cours de l'histoire de l'exploitation du cinéma en salle – ont récemment fait un retour en force menaçant de surpasser l'attrait de la fictionnalisation sur le site institutionnel de l'exploitation de la fiction cinématographique. De manière générale, un nombre indéterminé de modes de production de sens peuvent encore intervenir dans un espace de communication donné ou le transformer, et ce, selon la variation des différentes composantes qui en déterminent la constitution théorique. Comme en témoigne l'exemple de la présentation de documentaires en salle de cinéma, ce n'est toutefois qu'au moyen de grands efforts que peuvent être mobilisés d'autres modes de production de sens et qu'un tout autre espace de communication que celui de la fictionnalisation puisse se constituer sur le site d'exploitation institutionnalisé du cinéma de fiction. Toutefois, comme en témoigne le travail effectué par Odin sur les modes spectacularisant et énergétique, les espaces de communication auquel participent des salles de cinéma, malgré la vigueur institutionnelle qui a pu stabiliser le statut du cinéma de fiction durant une partie du 20<sup>e</sup> siècle, constituent des constructions culturelles, symboliques et théoriques en constante transformation, en perpétuelle renégociation et sont déterminées par un ensemble de contraintes tant formelles que sociales et économiques.

Avant de nous intéresser de plus près à ces deux nouveaux modes (spectacularisant et énergétique), il est nécessaire de préciser que si leur définition théorique est principalement orientée dans les écrits du théoricien en fonction d'une compréhension de la production de sens *textuel*, il est aussi possible selon Odin que de tels processus produisent non pas une forme de signification intelligible, mais plutôt d'autres types d'effets, d'affects ou de relations

(effets sensoriels, relations affectives, etc.). Cet aspect de l'approche sémio-pragmatique ouvre le champ à un nombre encore plus varié de modes participant à la constitution d'espaces de communication et possédant sur ceux-ci une ascendance pouvant être considérable :

[...] un espace de communication est fondamentalement un espace de relations. Cette dimension relationnelle peut même être plus importante que la dimension textuelle. De plus, le processus communicationnel apparaît comme orienté vers la production de différents *effets* [...]. [...] communiquer, c'est produire du sens, des affects, des relations et plus largement des effets [...]<sup>38</sup>.

En affirmant ainsi la potentielle et la probable prépondérance de la production de relations affectives et d'autres effets sensoriels, Odin introduit dans son modèle des aspects des actes de communication qui dépassent une perspective exclusivement textuelle. En tant que composants des espaces de communication, les opérateurs de communication peuvent aussi participer à la production d'effets, de relations ou d'affects en intervenant dans les rapports entre les autres contraintes et paramètres constitutifs de l'espace de communication. Odin donne l'exemple du film de famille qui agit en tant qu'opérateur *relationnel* entre les membres d'une famille qui en commente les images. Dans ce cas, c'est à l'activation d'un rapport actif entre les actants de la communication, principalement entre les actants récepteurs, que participe le film de famille et le site de sa réception – projection domestique et en privé – en tant qu'opérateurs de communication. Les modes de production de sens, en tant que constructions théoriques, permettent donc l'analyse non seulement des processus qui mènent, dans le cas du cinéma, aux films-textes produits par différents publics, mais aussi aux relations et effets produits par un film-projection, ou encore, dans une perspective plus large et complexe que celle élaborée par Odin, par l'ensemble des composantes et paramètres de *l'expérience du cinéma en salle*.

L'approche heuristique d'Odin entraîne une série de comparaisons de différents contextes de réception du cinéma. Cette méthode permet à la fois de relever certains effets de médiation attribués aux salles de cinéma en tant qu'opérateur de communication et d'observer une forme de mutation qui ébranle le statut dominant du mode fictionnalisant sur ce type de site d'exploitation. Ainsi, le théoricien propose un tout autre mode de production de sens – le mode spectacularisant – lorsqu'il s'intéresse aux salles munies d'équipements spectaculaires

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 101.

comme les écrans IMAX ou les technologies de projection stéréoscopique. Dans ce type de situation de réception cinématographique, l'expérience spectaculaire offerte par l'appareillage technologique mobilisé et les effets de médiation qu'il procure aux spectateurs prennent le dessus sur la production de sens fictionnel dans l'acte de communication :

Aujourd'hui, avec les nouveaux dispositifs cinématographiques type Géode ou 3D, cette lecture en termes de *spectacularisation du dispositif* fait un retour en force : de la même façon que dans les premiers temps du cinéma on allait au cinéma pour « voir du cinéma » (vs voir un film spécifiquement choisi), de nos jours, on va à la Géode, non pas tant pour le film projeté que pour les impressions produites par le dispositif (en particulier les mouvements de vertige)<sup>39</sup>.

Selon Roger Odin, les contraintes contextuelles propres aux salles de cinéma n'ont pas toujours été les mêmes au long de l'histoire de l'exploitation commerciale du cinéma et elles n'ont donc pas toujours eu pour effet de privilégier uniquement le mode fictionnalisant : si le théoricien se rapporte généralement à un type de salle « traditionnelle », c'est-à-dire comme site institutionnalisé de la fictionnalisation, il reconnaît dans les lieux de représentation de l'époque du cinéma des premiers temps ainsi que dans les salles contemporaines qui mobilisent des technologies spectaculaires des contextes de réception privilégiant le mode spectacularisant. La co-présence de ces deux types de modes n'est toutefois pas contradictoire : selon Odin, ils sont tous deux privilégiés dans le contexte du cinéma en salle et se manifestent chacun à un degré plus ou moins marquant selon le contexte historique<sup>40</sup>.

Dans son article « Du spectateur fictionnalisant au nouveau spectateur » et dans son ouvrage intitulé *De la fiction*, Roger Odin définit un autre mode de production de sens – le mode énergétique – correspondant à une spectacularisation semblable à celle qui caractérise le mode spectacularisant. Le mode énergétique repose toutefois plus spécifiquement sur les vibrations sensorielles émises par les images et les sons projetés plutôt que sur l'appareillage technologique mobilisé comme :

[e]n témoigne, notamment, la distribution en salle, dans le circuit du cinéma commercial, c'est-à-dire dans les lieux mêmes de la consommation des films de fiction (on ne saurait donc dire que la consigne de lecture a pu être modifiée par l'intervention de déterminations institutionnelles), d'un nombre non négligeable de films qui ne jouent pas frontalement le jeu de la fiction<sup>41</sup>.

---

<sup>39</sup> Odin, 2000b, p. 67.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 68.

<sup>41</sup> Odin, 1988, p. 130.

Il est question dans ce texte de 1988 de superproductions hollywoodiennes (Odin donne les exemples de la trilogie *Star Wars*, *Raiders of the Lost Ark*, *Rocky*, etc.). Si la remarque de Roger Odin indique qu'il ne retrace l'apparition de ce nouveau mode de production de sens que dans les transformations du type de films présentés en salle, il souligne tout de même le fait qu'on eut pu chercher à expliquer le phénomène en faisant valoir la transformation correspondante des contextes de réception du cinéma. Dans d'autres textes plus récents, le théoricien remarque que l'amélioration des systèmes de sonorisation des salles pourrait correspondre à la transformation contextuelle du cinéma en salle qu'il n'avait pas pu constater à l'époque. Il souligne par ailleurs que les sites d'exploitation comme la Géode ou les dispositifs de projection stéréoscopique peuvent également être conçus comme des contextes de lecture énergétique<sup>42</sup>. Malgré tout, selon Odin, les salles de cinéma qui permettent une lecture sur le mode énergétique ou spectacularisant demeurent le site privilégié du mode fictionnel. Il y a donc, dans ces cas, une cohabitation davantage marquée entre les différents modes de production de sens permis par une forme de recul de la domination du mode fictionnalisant dans la définition du type d'espace de communication qui s'instaure lors d'une séance de cinéma en salle. C'est donc dire que les salles de cinéma peuvent permettre de mobiliser différents modes de production de sens à la fois et que les espaces de communication qu'elles permettent d'instaurer sont des systèmes de relations complexes hautement variables dans leur constitution selon les diverses variations que peut subir le contexte général de réception cinématographique.

La nouvelle posture spectatorielle à laquelle donneraient lieu les modes énergétique et spectacularisant selon Odin se distingue de celle que suscite spécifiquement le mode fictionnalisant par la disparition d'un « tiers symbolisant » dans la relation entre spectateurs et les images et sons projetés en salle. Ce tiers serait un savoir fictionnalisant partagé, scellé par

---

<sup>42</sup> Il est question de la sonorisation des salles de cinéma dans Odin, 2000a, p. 161; de la Géode et des dispositifs 3D dans Odin, 2000b, p. 67-68. Nous associons également ces transformations à l'apparition synchronique des multiplexes américains. Au moment de la parution de cet article, il est probable que Roger Odin n'avait pas encore connu ce type de site d'exploitation puisqu'en France les multiplexes ne commencent à s'imposer qu'à la fin des années 1990. Peut-être aussi est-ce que ces complexes de divertissements n'ont pas immédiatement constitué une transformation suffisamment marquante pour intéresser le théoricien : en effet, ce type de site d'exploitation conserve l'agencement propre des salles de projection « classiques ». Il s'agit plutôt de l'aménagement d'un complexe de plusieurs salles et d'autres sources de divertissements (jeux d'arcades, restaurants, etc.) qui distinguent ces multiplexes.

un contrat entre les actants de la communication<sup>43</sup>. Un tel contrat est en fait ce qui scelle le statut institutionnel du cinéma de fiction – et, par extension, du cinéma en salle – chez Odin et qui menace de sanction le non-respect de cette entente sur le mode de production de sens qu'elle invite à privilégier c'est-à-dire celui de la fictionnalisation. Selon le théoricien, le rapport du « nouveau spectateur » aux images et aux sons du texte filmique constitue un tel « bris de contrat » puisqu'il ne compte plus sur la relation ternaire que permet le tiers symbolisant, mais plutôt sur une relation duelle l'exposant au contact direct des vibrations sensorielles qu'émettent les images, les sons ou les effets que produisent les technologies mobilisées par le site d'exploitation :

« [...] le film agit directement sur son spectateur, un spectateur qui ne vibre plus tant aux événements racontés (effet fiction) qu'aux variations de rythme, d'intensité et de couleur des images et des sons. Le lieu du film se déplace ainsi de l'histoire vers les vibrations diffusées dans la salle par le complexe plastico-musical agissant en tant que tel<sup>44</sup>. »

Il n'est plus ici strictement question de production de sens, mais plutôt de production d'affects ou d'effets sensibles. Avec le constat de la disparition de ce tiers symbolisant le théoricien constate l'absence ou l'effacement (partiel, puisque le mode fictionnalisant ne disparaît pas complètement selon lui) d'une forme de médiation qui permettait la production de *sens* ou, en d'autres mots, l'interprétation filmique. En somme, l'impression d'immédiateté que procure le « tiers symbolisant » du mode fictionnalisant est remplacée par l'hypermédiation que procure le concert des images et de sons projetés dans une salle de cinéma. Les spectateurs font alors une expérience consciente du dispositif technologique puisque ce n'est plus dans le lieu diégétique de l'histoire que se situe leur rapport au texte filmique. Ils se situent plutôt « dans la salle », lieu des « vibrations diffusées [...] par le complexe plastico-musical [...] ». Selon Odin donc, les salles de cinéma, en tant que site institutionnalisé de la lecture fictionnalisante, visent normalement à sceller la relation ternaire de la communication fictionnelle, mais doivent composer avec d'autres modes de production de sens, d'affects et d'effets au risque de briser le contrat de la fiction au profit de nouveaux espaces de communication reposant davantage sur les modes spectacularisant ou énergétique.

Bien qu'un espace de communication ne soit pas, selon Odin, limité par un seul mode de production de sens, celui du cinéma en salle serait tout de même à son avis menacé de

---

<sup>43</sup> Odin, 2000a, p. 167.

<sup>44</sup> Odin, 1988, p. 134.

mutation irréversible par le haut degré d'importance qu'on acquit récemment les modes énergétique et spectacularisant. La question du « nouveau spectateur » lui permet, sur le plan théorique, d'étudier et de comparer des espaces de communication qui alimentent l'enquête heuristique qu'il mène dans une bonne partie de son œuvre théorique sur les propriétés de la communication fictionnelle, et, sur un plan plus critique, de soulever l'enjeu d'une disparition ou d'un estompement potentiel de la fictionnalisation comme mode de production de sens privilégié au cinéma. Si sa position critique d'Odin semble indiquer qu'il redoute l'impossibilité de la réalisation d'un acte de communication cinématographique dans cette nouvelle économie spectatorielle en affirmant que « la communication cède le pas à la communion<sup>45</sup> », il serait tout aussi plausible, en conservant une approche sémio-pragmatique, de constater la formation de nouveaux espaces de communication, plutôt fondés sur des modes de production de relations affectives ou d'effets sensoriels, sur une conception de l'hypermédiation de l'expérience du cinéma en salle. Comme le souligne lui-même le théoricien : « Le succès de la Géode, des projections en relief, du Futuroscope, des attractions audiovisuelles de Disneyland et d'une multitude de manifestations multimédias est la preuve concrète de cette mutation<sup>46</sup> ». On ne trouve toutefois pas au sein du discours théorique d'Odin de réflexion sur la production d'effets et de relations affectives, sociales ou interpersonnelles à laquelle pourraient donner lieu les différents modes de production de sens mobilisés dans l'espace de communication du cinéma en salle. Seule son analyse de l'espace de la communication mémorielle de la famille relève concrètement des aspects de production d'effets (idéologiques et identitaires) et de relation (conflits, resserrement du tissu familial, etc.). Son approche heuristique et comparative le pousse à ne retenir que ce qui distingue le contexte familial de celui du cinéma en salle et il définit ainsi ce premier espace de communication en exposant sa production d'effets, d'affects ou de relations interpersonnelles ce qui pourrait laisser entendre que le contexte des salles de cinéma ne suscite pas ce type de production, qu'il ne se concentre que sur la production de sens textuel ou fictionnel. Toutefois, Odin évoque tout de même la production d'effets énergétiques ou même d'une forme de communion des spectateurs comme des aspects de cette « nouvelle "économie

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, p. 135.

<sup>46</sup> Odin, 2000a, p. 162.

spectatorielle<sup>47</sup> » transformant l'espace de la communication fictionnelle. L'étude de cette nouvelle prépondérance des modes énergétique et spectacularisant au sein de cet espace – et par extension au sein des salles de cinéma – dévoile des aspects de la production de sens qui dépassent la signification fictionnelle et qui relèverait plutôt de la production d'effets et de relations affectives ou sociales.

Le constat de la résurgence du mode spectacularisant et l'importance que prend le mode énergétique dénotent de manière plus générale la conception complexe des espaces de communication comme ensemble de composantes (actants récepteurs, émetteurs ou producteurs, opérateurs de communication, modalité de production de sens, d'affects, d'effets ou de relations) dont l'agencement peut à tout moment être transformé pour laisser place à de nouveaux espaces de communication. Dans le cas du dit « nouveau spectateur » et de la nouvelle économie spectatorielle qu'il représente, Odin relève, à travers ses différents textes sur le sujet, trois facteurs entraînant cette transformation : les productions filmiques qui mobilisent ouvertement le mode énergétique, l'appareillage technologique spectacularisant qui transforme l'expérience en salle (IMAX, 3D, etc.) et, de façon encore plus considérable, le désir nouveau chez les spectateurs d'images animées de consommer ce type de productions et de fréquenter ce type de sites spectaculaires. Les deux premiers facteurs sont présentés par Odin comme conséquences du dernier. Selon l'approche sémio-pragmatique on ne peut prétendre que les réalisateurs et producteurs de films ainsi que les distributeurs et exploitants du cinéma – ceux qu'on pourrait identifier par la figure théorique des actants producteurs et émetteurs – ont de leur seul gré décidé de mobiliser davantage les modes spectacularisant et énergétique, mais qu'ils l'ont plutôt fait pour répondre à une demande qu'ils ont préalablement constatée auprès de leurs publics et ainsi se situer sur le même axe de pertinence et tenter de participer à la constitution d'un espace de communication commun. Odin constate donc l'importance du désir des spectateurs en tant que contrainte contextuelle et de la pression qu'il exerce sur l'adoption de modes de production de sens chez les actants émetteurs. Il avance par ailleurs une hypothèse voulant que la télévision, en tant que facteur et non pas en tant que cause, ait eu un impact sur l'apparition et l'avènement de cette « nouvelle économie spectatorielle ». Selon le théoricien, « la télévision est un “flot” d'images et de sons qui [...]

---

<sup>47</sup> Odin, 1988, p. 135.

emporte [les spectateurs] dans une succession de variations de rythme et d'intensité<sup>48</sup> » et l'augmentation incessante de contenus audiovisuels télédiffusés a eu pour effet d'introduire « un zapping ludique, énergétique pour le seul plaisir de jouer avec les images et les sons et de vibrer à leurs sollicitations<sup>49</sup>. » L'ensemble majoritaire des spectateurs d'images animées qui sont « “nés devant” la télévision<sup>50</sup> » aurait eu un impact sur l'essor d'un « nouveau spectateur », mais également sur la modification des pratiques de production filmique du côté des actants réalisateurs ou émetteurs.

Comme le démontre l'exemple de cette mutation vers les modes spectacularisant ou énergétique, les salles de cinéma, en tant que composante constitutive d'un espace de communication, possèdent aussi un rôle dans la détermination des modes de production de sens privilégié tant du côté des actants récepteurs que de celui des actants émetteurs (producteurs ou réalisateurs de films notamment). Par exemple, si, comme le soutient Odin, dans un contexte sociohistorique donné, la réception en salle de cinéma commande la mobilisation du mode fictionnalisant, le fait qu'un film en production soit prévu pour ce type d'exploitation commerciale règle aussi le contexte de production du texte filmique qui exerce la pression des mêmes contraintes de la fictionnalisation sur les actants qui les produisent (réalisateur, producteur, scénariste, acteurs, etc.). En ce sens, pour l'industrie du cinéma ces sites d'exploitations sont des moyens de communiquer aux actants récepteurs les mêmes contraintes qui ont pesé sur le contexte de production et de prescrire en quelque sorte le type de lecture à adopter pour assurer le partage des modes de production de sens, d'un même axe de pertinence. Ainsi, selon Odin :

Une bonne part de l'histoire du cinéma peut, d'ailleurs, être lue comme une tentative d'ajuster toujours mieux la technique (invention du son synchrone), le langage (cf. l'histoire du montage) et même les lieux du spectacle (la disposition des salles) aux exigences de la fictionnalisation. Dans la mesure où le cinéma se constituait en industrie, il ne pouvait faire autrement que de se tourner vers le type de production susceptible de lui apporter la rentabilité maximum. La logique du profit ne peut pas ignorer la logique du désir; les professionnels de la publicité l'ont bien compris<sup>51</sup>...

---

<sup>48</sup> Odin, 2000a, p. 166.

<sup>49</sup> *Ibid.*

<sup>50</sup> *Ibid.*

<sup>51</sup> Odin, 1988, p. 122.



Sans que le théoricien précise comment la disposition des salles de cinéma et l'ajustement des lieux du spectacle répondent aux exigences de la fictionnalisation ou au désir fictionnalisant des spectateurs, il soutient ainsi que, dans la perspective d'une entreprise industrielle et commerciale de production et d'exploitation cinématographiques, les salles et leur aménagement permettent aux acteurs de cette industrie de modeler en partie les contraintes du contexte communicationnel et d'inciter chez les spectateurs l'adoption de modes de production de sens qu'ils ont privilégiés au moment de la production :

L'idée n'est pas nouvelle : les professionnels de la communication [...] ont bien compris que s'ils voulaient avoir quelque chance d'être entendus, ils devaient tenter de réduire la différence entre espace de l'émission et espace de la réception en construisant de tels espaces [de communication] pour y inscrire leurs destinataires : la modélisation vise, ici, à *modeler* le contexte<sup>52</sup>.

Il est bien question d'espaces de communication, c'est-à-dire de constructions théoriques et culturelles, que les actants émetteurs et producteurs tentent de modeler au moyen de différents types de discours promotionnels et notamment en aménageant des sites d'exploitation qui communiquent une certaine image de l'expérience cinématographique et incite les spectateurs qui les fréquentent à adopter une posture spectatorielle précise, déterminée par les modes de production de sens qui ont encadré la production filmique industrielle.

Les salles de cinéma, en tant qu'opérateur de communication, sont donc selon Odin modelées et conçues par les actants réalisateurs/producteurs/émetteur tant sur le plan de leurs formes architecturales et de leur aménagement que sur le plan symbolique. Ce type de site d'exploitation constitue ainsi un moyen d'inscrire dans un contexte social, culturel et économique précis certaines formes de médialité conférées à l'expérience cinématographique. Ainsi, il y a moyen, selon le théoricien, de concevoir les transformations qui ont marqué l'histoire générale du cinéma comme des tentatives d'ajustement des technologies et du langage cinématographique, mais aussi de l'aménagement des salles de cinéma à la réalisation des conditions favorisant le mode de production de sens fictionnalisant. L'apparition de salles de spectacle mettant de l'avant un appareillage spectaculaire comme les écrans IMAX, la stéréoscopie ou les sièges vibrants constitueraient une réponse à l'apparition d'un nombre grandissant de ces « nouveaux spectateurs » recherchant non pas à « fictionnaliser », mais

---

<sup>52</sup> Odin, 2011, p. 39.

plutôt à mobiliser d'autres modes production de sens dits spectacularisant ou énergétique. Sans donner d'exemple précis, Odin fait aussi mention des « professionnels de la communication », ou en d'autres termes des experts en marketing, qui construisent le discours promotionnel et industriel des entreprises de production et d'exploitation filmique et qui tentent de communiquer une certaine image du cinéma – un espace de communication – où « inscrire leurs destinataires ». Ces efforts stratégiques de l'industrie cinématographique répondent dans un même mouvement tant aux contraintes du contexte social et culturel qu'à celles du contexte économique : si comme, comme l'affirme Roger Odin, les spectateurs de cinéma possèdent un désir profond pour la fictionnalisation (ou s'ils cherchent plutôt à vivre une expérience filmique énergétique), les exploitants de salles comme les producteurs de films chercheront à adapter leurs produits ou leurs services en fonction de cette demande afin d'assurer les revenus nécessaires à leurs objectifs financiers. L'étude de ces transformations de l'espace de communication du cinéma en salle révèle la façon dont le site d'exploitation, opérateur de communication, constitue un site matériel, théorique et symbolique de (re)négociation de la médialité conférée à l'*expérience du cinéma en salle*.

Le modèle sémio-pragmatique nous permet donc de penser les salles de cinéma dans les rapports complexes qui les lient aux autres composantes de l'expérience du cinéma en salle plutôt que comme objet d'étude précisément défini. Empreinte d'une conception de l'opacité médiatique de l'expérience cinématographique, l'approche développée par le théoricien met par ailleurs en évidence la production d'effets de médiation de ce type de site d'exploitation, qu'il s'agisse de procurer une impression d'immanence du sens à même le texte filmique, dans le cas du cinéma de fiction, ou un effet d'hypermédiation, dans le cas du mode énergétique. Les salles « traditionnelles », celles ayant fait du cinéma de fiction une institution, ont été conçues et aménagées pour évoquer la transparence médiatique, susciter une impression d'immédiateté et pour se faire le site d'un ailleurs, permettant aux spectateurs de se situer imaginativement entre monde réel et monde diégétique. Ainsi, ce type de site peut-il procurer des effets de médiation variés comme la production d'effets sensoriels, d'affects et de relations interpersonnelles qui se distinguent et complètent la production de sens textuel.

L'approche théorique d'Odin permet par ailleurs de révéler l'importance, la complexité et la plasticité des relations tissées entre les salles de cinéma et les différents composants et

paramètres constitutifs de l'*expérience du cinéma en salle* dans la redéfinition constante de la médialité de ce type de site d'exploitation. Si ces rapports sont demeurés relativement stables – assurant, au moyen d'une forme de contrat institutionnel, que soient prescrites et respectées certaines conditions de l'espace de communication fictionnelle – il se trouve que les formes de médialité conférées à ce type de site d'exploitation sont toujours exposées à leur propre transformation selon les usages spectatoriels, les pratiques d'exploitation commerciale ou les stratégies plus générales de l'industrie cinématographique et selon les contraintes du contexte socioculturel et économique dans lequel se déroule l'expérience du cinéma en salle. Comme la force institutionnelle des salles de cinéma repose sur l'usage que tous les actants acceptent d'en faire, celle-ci peut aussi être ébranlée de la même manière par les mêmes instances constituantes si elles en viennent à adopter un espace de communication différent. La définition arrêtée des formes de médialité conférées aux salles de cinéma comme à d'autres composantes ou paramètres d'un espace de communication demeure donc toujours théorique, puisque chaque occurrence de l'*expérience du cinéma en salle* est déterminée par une configuration complexe et un agencement propre des composantes qui la constituent.

Si les formes de médialité conférées aux salles de cinéma sont effectivement exposées à des reconfigurations ou des transformations, il demeure qu'elles constituent un moyen de stabiliser et d'assurer les conditions de l'expérience du cinéma en salle. Elles ont longtemps permis, tant aux spectateurs qu'aux exploitants et distributeurs de l'industrie du cinéma, de convenir d'un « terrain d'entente » c'est-à-dire du contexte et des usages – de l'espace de communication, dans les termes d'Odin – qui seraient privilégiés sur ce type de site. L'aménagement des salles ou le rehaussement des technologies diverses qu'elles ont mobilisées à travers leur histoire ont servi à ajuster les conditions de l'expérience du cinéma en salle en fonction des attentes et contraintes qui ont pu peser tant sur les spectateurs que sur les différents acteurs de l'industrie. Différents discours, et notamment ceux mobilisés aux fins de promotion commerciale, ont également participé à la construction et la renégociation des conditions de l'expérience du cinéma en salle.

## **L'approche historiographique de la New Cinema History**

Le renouveau historiographique qu'ont connu les études cinématographiques au courant des années 1970 a entraîné une révision de l'histoire du cinéma notamment caractérisée par une reconsidération des contextes historiques sociaux et économiques au sein desquels s'inscrivent les textes filmiques. Il a aussi défini un nouveau champ d'enquête scientifique, distinct de celui des théories du sujet-spectateur ou des études de la réception, qui comprend les contextes historiques de réception filmique, les pratiques industrielles d'exploitation cinématographique et les habitudes de consommation des publics de cinéma. Bien que se dessinent à la même époque ce renouveau historiographique et ces autres approches de la théorie et de l'histoire du cinéma, ces dernières visent en premier lieu à définir le rapport des spectateurs aux images filmiques, en s'inspirant d'approches psychanalytiques, sémiologiques, phénoménologiques ou du champ plus large des études de la réception, alors que la première mène une révision en profondeur de l'histoire du cinéma et remet en question des faits historiques jugés erronés notamment parce que fondés par une conception téléologique des transformations du langage filmique, ne prenant pas compte du contexte social et économique de la réception et de la production des textes filmiques.

Au sein de ce renouveau historiographique s'inscrivent diverses approches caractérisées par un intérêt pour les aspects économiques, industriels, culturels, sociologiques ou technologiques du cinéma, et ce, tant dans la sphère de la réception que dans celles de la production, de la distribution ou de l'exploitation. Parmi celles-ci, un corpus constitué d'un ensemble de travaux récents (depuis le tournant du siècle) auquel un groupe d'historiographes ont attribué a posteriori une identité relativement distincte désignée par la formule « New Cinema History ». Robert C. Allen et Richard Maltby, deux figures de proue de cette approche historiographique, y ont contribué en publiant des articles fondateurs ou en dirigeant des ouvrages collectifs qui font l'état des travaux de ce champ de recherche. Maltby en offre une définition assez complète dans un ouvrage collectif qu'il a dirigé et qu'il présente en introduction :

Over the past 10 years, an emerging international trend in research into cinema history has shifted its focus away from the content of films to consider their circulation and consumption, and to examine the cinema as a site of social and cultural exchange. This shared effort has engaged contributors from different points on the disciplinary compass,

including history, geography, cultural studies, economics, sociology and anthropology, as well as film and media studies. Their projects have examined the commercial activities of film distribution and exhibition, the legal and political discourses that craft cinema's profile in public life, and the social and cultural histories of specific cinema audiences<sup>53</sup>.

Le principe qui fonde les différentes contributions à ce corpus est celui du rejet catégorique des textes filmiques comme objet d'enquête historique au profit d'une étude des réseaux de distribution des films, des pratiques d'exploitation commerciale du cinéma et de l'activité de consommation cinématographique. Les sites d'exploitation du cinéma correspondent en quelque sorte au point de convergence des aspects sociaux et économiques de l'expérience historique du cinéma. Au centre des intérêts des chercheurs qui ont contribué à la New Cinema History se trouvent les fonctions déterminantes des salles de cinéma dans la vie sociale, culturelle et économique des communautés historiques au sein desquelles elles se situaient, et ce, principalement durant une période où ce type d'exploitation était dominant – l'ère « moviegoing », selon les termes d'Allen – et qui s'étendrait de la moitié des années 1890 jusqu'aux années 1980. L'élargissement du champ d'enquête historique qui caractérise aussi la New Cinema History requiert une approche interdisciplinaire qui est au cœur de la définition de ce corpus historiographique.

Avec une approche qui privilégie d'abord les aspects sociaux et économiques de l'expérience cinématographique, les tenants de la New Cinema History définissent un champ d'enquête scientifique beaucoup plus large que celui des autres approches discutées au fil des pages qui précèdent. Les contributeurs de ce courant historiographique opèrent leurs recherches en adoptant au point de départ une approche de l'opacité médiatique du cinéma : à partir d'événements ou de cas historiques précis, ils étudient et rapportent les différents effets de médiation de l'expérience cinématographique, surtout sous ses aspects sociaux et économiques, et reconstituent l'histoire du cinéma en portant une attention particulière à l'impression d'hypermédiation qu'a pu procurer cette activité de consommation et de sociabilité. Les historiographes de la New Cinema History ne s'intéressent pas uniquement aux salles de cinéma, mais ils en font le site principal, durant la majeure partie du 20<sup>e</sup> siècle,

---

<sup>53</sup> Richard Maltby, « New Cinema Histories ». Dans Richard Maltby, Daniel Biltereyst et Philippe Meers (dir.), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden (MA) et Oxford : Wiley-Blackwell, 2011, p. 3.

de l'*événement social du cinéma* (« the social event of cinema ») – formule qui définit, comme nous le verrons plus loin, l'objet principal de leur recherche – et en explore donc le rôle dans la réalisation de ce que la sémio-pragmatique permet d'identifier comme des espaces de communication d'abord fondés sur la production de significations et de relations sociales et économiques. Les différentes contributions d'Allen portent aussi un discours théorique qui vise à détailler de manière plus générale et complexe les nombreux aspects de l'expérience du cinéma en salle, mais aussi de l'impact des innovations technologiques et des pratiques de consommation du cinéma en dehors des salles sur la redéfinition de ce que nous désignons comme l'*expérience du cinéma en salle*.

L'étude du corpus varié de la New Cinema History et plus spécifiquement des écrits d'Allen et Maltby permet d'exposer la médialité des salles de cinéma au-delà des seuls effets de médiation procurés par la projection de textes filmiques ou par les contextes spécifiquement conçus en fonction de leur interprétation. Selon cette perspective historiographique, l'architecture, les pratiques de gestion, les usages populaires et la mémoire collective des salles de cinéma – comme de tout autre type de sites d'exploitation d'images animées – constituent des signes ou des traces objectives qui témoignent de l'expérience historique du cinéma. Les écrits d'Allen et les orientations générales des contributions à ce corpus défrichent le terrain pour l'élaboration d'un modèle théorique complexe de l'expérience cinématographique fondé notamment sur la notion d'*événement social du cinéma* et qui met l'accent sur les médiations sociales du cinéma en salle. L'approche privilégiée par les contributeurs de la New Cinema History nous permet aussi d'aborder l'expérience des spectateurs de cinéma sous l'angle de la socialité de cet événement et de considérer les rapports entre ce qui a lieu dans l'enceinte du site d'exploitation en salle et la vie sociale courante en tant que processus de négociation entre espaces de l'ordinaire et de l'extraordinaire.

### **Au-delà du texte filmique**

Comme le souligne Maltby, l'expression « new cinema history » vise à distinguer ce paradigme historiographique de la discipline classique de la « film history », c'est-à-dire de l'histoire du cinéma en tant qu'histoire *des films* :

Film history has been predominantly a history of production, producers, authorship and films. It is most often evaluative, classificatory or curatorial in its remit, and primarily concerned with understanding the complex economic, aesthetic and social systems that might cause particular film to assume the shape that they do<sup>54</sup>.

Une opposition catégorique à la prépondérance du texte filmique dans leur démarche historiographique unit les auteurs des différentes contributions au corpus de la New Cinema History qui rejettent en conséquence presque systématiquement les considérations historiques spécifiquement liées à un film en particulier. Cette position théorique implique une reconsidération et une diversification des paramètres qui déterminent le contexte de réception cinématographique comme objet d'étude de l'histoire du cinéma : au-delà de la seule durée de la séance de projection et du seul espace de la salle de projection, les historiographes de la New Cinema History s'intéressent, lorsqu'il est question de la consommation du cinéma en salle, à l'expérience que procure toute la période délimitée par l'occupation du site d'exploitation, mais aussi à l'étalement de cette expérience à l'extérieur de cette enceinte, dans la vie quotidienne. Cette extension de l'expérience cinématographique se poursuit non seulement dans l'activité de consommation cinématographique en dehors des salles, mais aussi autour de toute activité sociale et économique à laquelle donnent lieu les différentes pratiques industrielles telles que la production, la distribution et l'exploitation du cinéma.

En cherchant à remettre en question la prépondérance des textes filmiques et des rapports que peuvent entretenir les spectateurs avec ceux-ci, les tenants de la New Cinema History formulent en fait la critique de ce que nous identifions comme une conception théorique de la transparence médiatique du cinéma ainsi que des partis pris qu'elle incite à entretenir. Ils ne remettent pas directement en question les acquis de la recherche en études cinématographiques en ce qui a trait, par exemple, à l'impression d'immédiateté que peut procurer la projection d'un film en salle. Ils reconnaissent aussi l'apport estimable des études de la réception du cinéma qui ont permis de mieux comprendre le contexte de réception et son influence sur l'interprétation d'un texte filmique. L'objet de leur critique est d'un autre ordre. Elle vise l'étroitesse du champ de la connaissance théorique et historique du cinéma et de la réception cinématographique – un champ qui se limite selon les tenants de la New Cinema History à une histoire des *films* – à laquelle contraint une conception principalement fondée sur ce que nous

---

<sup>54</sup> *Ibid.*, p. 4.

reconnaissons comme le concept du cinéma en tant que média transparent ou du moins qui ignore en grande partie son opacité médiatique.

Robert C. Allen formule – dans un article phare pour le renouveau historiographique en études cinématographiques – une critique fondamentale pour la New Cinema History : le texte filmique a selon lui occupé une part beaucoup trop grande de l'intérêt des historiographes du cinéma, mais aussi de celui de la plupart des chercheurs et théoriciens des études cinématographiques, et ce, depuis les tous débuts de ces disciplines de recherche. Selon lui, mis à part quelques phénomènes rapportés par les historiens et qui parfois tiennent plutôt du mythe,

[...] film history had been written as if films had no audiences or were seen by everyone and in the same way, or as if however they were viewed and by whomever, the history of « films » was distinct from and privileged over the history of their being taken up by the billions of people who have watched them since 1894<sup>55</sup>.

Allen évoque une forme d'historiographie classique qui serait fondée sur la notion de sujet-spectateur, sur une posture spectatorielle uniforme et dépourvue d'historicité qui expliquerait le manque d'intérêt des historiens pour la diversité et la complexité des publics historiques du cinéma. Allen ne rejette pas pour autant les acquis de cet aspect de l'histoire du cinéma – du cinéma comme média transparent et qui procure ce que nous désignons comme une impression d'immédiateté, d'immanence du sens d'un film –, mais il juge que cette conception de la réception cinématographique est incomplète et a été privilégiée à tort au sein des études cinématographiques. La compréhension théorique et la connaissance historique de l'expérience spectatorielle, fondée sur cette idée de transparence médiatique, a ainsi fait fi des innombrables aspects sociaux, industriels et économiques de l'exploitation et de la consommation du cinéma pour en privilégier les textes filmiques présentés comme source d'un sens immanent ou comme objets uniques de l'expérience cinématographique.

Maltby remarque par ailleurs que la New Cinema History se distingue des approches de la réception qui, malgré le fait qu'elles remettent en cause une certaine conception du sujet-spectateur, entretiennent toujours cette tendance à situer les textes filmiques, ou du moins l'étude de leur interprétation par le public, au centre de leurs intérêts de recherche. En se

---

<sup>55</sup> Robert C. Allen, « From Exhibition to Reception: Reflections on the Audience in Film History », *Screen*, vol. 31, n° 4, hiver 1990, p. 348.



rapportant à un argument qu'il partage aussi avec Allen il précise que si ces approches de la réception du cinéma ont permis de réfléchir aux aspects psychologiques, idéologiques et sexués des postures que différents contextes peuvent inciter les spectateurs à adopter au moment d'interpréter le sens d'un film, elles laissent dans l'ombre – au profit d'une étude limitée au rapport spectatorial avec les images projetées – l'étude directe de tous ces cadres sociaux, culturels et économiques et de l'impact qu'ils ont notamment sur la socialité de l'expérience du cinéma en salle :

Substituting theories of spectatorship for social histories, film studies [...] has left largely unexplored the social preconditions that determined any instance of that role : how attendance at this or that cinema defined a class or caste identity, or how racial or religious affiliation determined access to the apparent democracy of entertainment through social negotiations that took place outside the theatre as well as inside it<sup>56</sup>.

Ainsi, comme il le remarque directement en exemple, les Reception Studies telles que décrites par Janet Staiger – tout comme, à notre avis, l'approche sémio-pragmatique de Roger Odin – entretiennent une conception de la prépondérance du texte filmique dans leur discours théorique : selon ces deux approches, les facteurs contextuels sont définis dans leur rapport à un film ou un ensemble de films et sont analysés en fonction de leurs effets sur la seule activité d'interprétation de ces films<sup>57</sup>. Ainsi, certains aspects de l'opacité médiatique de l'expérience cinématographique sont-ils exposés, mais plutôt que d'être étudiés directement ils servent à l'explication objective de la production d'une impression d'immédiateté de l'objet de la représentation ou de l'apparente immanence de la signification du texte filmique. La New Cinema History propose plutôt l'écriture d'une histoire complexe de l'expérience cinématographique – c'est-à-dire qui ne soit pas concentrée autour des textes filmiques et de leur interprétation –, et ce, en mettant l'accent sur la socialité de diverses sphères d'activités liées à l'exploitation et la consommation du cinéma.

Le constat des lacunes de ces conceptions commande l'inversion de la logique qui subordonne le contexte de réception à l'interprétation du texte et incite à s'intéresser en premier lieu à l'expérience cinématographique au sens large c'est-à-dire de considérer l'épreuve du contexte de la réception comme faisant partie intégrante de l'activité de consommation des spectateurs. En ouvrant les pistes d'enquêtes historiques sur les aspects économiques de la distribution, de

---

<sup>56</sup> Maltby, 2011, p. 13.

<sup>57</sup> *Ibid.*, p. 8.

l'exploitation et de la consommation du cinéma ainsi que sur les aspects sociaux et culturels de la fréquentation des salles de cinéma, la New Cinema History formule une conception originale du cinéma en tant que média opaque et dont l'expérience tire son authenticité de l'épreuve directe des médiations qu'il suscite – de son hypermédiation –, et ce, qu'il s'agisse des effets que procure les conditions de projection filmique ou qu'il s'agisse des significations et des relations sociales ou économiques auxquelles il donne lieu.

Au cours de cette remise en question des approches classiques de l'historiographie et de la théorie du cinéma, et tout particulièrement dans le discours critique de Robert C. Allen, la concentration des recherches sur les textes filmiques et leur interprétation est associée au constat qu'à longtems duré une prédilection pour une seule forme d'expérience cinématographique : la consommation en salle. Ce type d'exploitation cinématographique constitue pour Allen un aspect de l'expérience cinématographique qui aurait forgé de manière fondamentale mais passive notre connaissance historique et notre compréhension théorique du cinéma :

Furthermore, modern cinema studies, as it has been practised since its emergence in the late 1960s, has conceived itself in relation to a model of reception that places the theatrical experience of movie-going at its centre and largely excludes other modes of engagement with cinematic texts<sup>58</sup>.

L'émergence du lecteur de vidéocassette et l'importance croissante de la consommation domestique du cinéma mettent selon Allen en évidence la formation d'un schisme qui remet fondamentalement en question le fondement des études cinématographiques sur une expérience spectatorielle exclusivement associée au cinéma en salle. Avec la présence marquante de ce type de technologie du son et de l'image, l'exploitation en salle perd alors sa relative hégémonie et les caractéristiques de l'expérience cinématographique sont transformées puisqu'il n'y a plus moyen de faire valoir l'invariabilité de la posture des spectateurs d'un même texte filmique. L'argument d'Allen ne vise pas tant à faire de l'émergence du cinéma maison un moment décisif menant à l'apparition de nouvelles postures spectatorielles plus contemporaines. Il vise plutôt à faire valoir l'écart considérable qui sépare

---

<sup>58</sup> Robert C. Allen, « Home Alone Together: Hollywood and the "Family Film" ». Dans Richard Maltby et Melvyn Stokes, *Identifying Hollywood's Audiences: Cultural Identity and the Movies*, Londres : British Film Institute Publishing, 1999, p. 122.

la conception théorique de l'expérience cinématographique des réelles conditions et caractéristiques de l'expérience que vivent les spectateurs de cinéma au quotidien :

Despite the seemingly unending proliferation of cinema sites and modalities and the concomitant divergence between the academic and the everyday experience of cinema, film studies – as a scholarly and as a pedagogic practice – continues to privilege text over experience, the abstracted transhistorical screen over the historical spaces of cinematic performance, the reified, transhistorical spectator over the social practice of moviegoing<sup>59</sup>.

À la critique de la prépondérance du texte filmique et de son interprétation s'ajoute donc celle du fondement des études cinématographiques sur une certaine conception de la salle de cinéma comme site privilégié de la présentation du cinéma, c'est-à-dire la projection en salle obscure pour un sujet-spectateur en état de sous-motricité.

Le portrait complexe du cinéma en tant qu'expérience sociale que souhaitent brosser les historiographes de la New Cinema History ainsi que la critique de l'étroitesse du champ des études classiques du cinéma qui sous-tend leur approche les ont incités à adopter une grande ouverture à l'interdisciplinarité. Maltby rappelle d'ailleurs que les premiers cas d'étude scientifique du cinéma ont historiquement été le fait de disciplines préexistantes qui ne se spécialisaient pas sur ce seul objet. Le corpus de la New Cinema History s'inscrit selon lui dans le prolongement d'une certaine tradition d'enquête sociologique et psychologique sur le cinéma<sup>60</sup> :

[... our] concern with reception and with the social context and consequences of moviegoing involves an historical return to the prevailing concerns of the earliest studies of cinema, as an object of sociological and psychological enquiry, rather than the object of aesthetic, critical and interpretive enquiry that has ensued from the construction of film studies as an academic discipline in the humanities<sup>61</sup>.

---

<sup>59</sup> Robert C. Allen, « Getting to Going to the Show », *New Review of Film and Television Studies*, vol. 8, n° 3, 2010, p. 266.

<sup>60</sup> Maltby cite notamment l'ouvrage d'Emilie Altenloh, *Zur Soziologie des Kino: Die Kino-Unternehmung und die Sozialen Schichten Ihrer Besucher*, paru en 1914 et disponible en partie dans sa traduction anglaise : « A Sociology of Cinema : The Audience ». *Screen*, vol. 42, n° 3, automne 2001, p. 249-293; celui de Hugo Münsterberg, *The Photoplay : A Psychological Study*, New York : D. Appleton and Company, 1916; ainsi que les recherches menées sous l'égide du Payne Fund durant les années 1920 et 1930 : Voir Maltby, 2011, p. 31. Voir aussi la note 2 du même texte, en pages 35-36, où il cite également l'exemple de Margaret Thorp, *America at the Movies*, New Haven : Yale University Press, 1939 et Garth Jowett, *Film : The Democratic Art : A Social History of American Film*, Boston : Little, Brown & Company, 1976.

<sup>61</sup> Richard Maltby et Melvyn Stokes, « Introduction ». Dans Richard Maltby, Melvyn Stokes et Robert C. Allen, *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema*, Exeter (UK) : University of Exeter Press, 2007, p. 3.

Au moment où s'institutionnalisent les études cinématographiques en discipline universitaire, cette tradition de recherche plus proche de la sociologie et des études de la communication est abandonnée au profit d'une étude des textes dans une perspective plus près des études littéraires et de l'histoire de l'art. Le paradigme historiographique décrit par Maltby est ainsi caractérisé par une perspective multidisciplinaire et donc située en dehors du giron des études cinématographiques. Elle permet de porter un regard « extérieur » sur l'objet d'étude et d'en révéler ainsi les aspects qui dépassent le seul moment de la consommation d'un film : des approches inspirées des disciplines de la géographie, de la sociologie, de l'économie, de l'anthropologie ou des études démographiques permettent par exemple d'étudier les salles de cinéma en fonction du type d'emplois que leur exploitation génère, de leur rôle dans le développement urbain, dans le déploiement des réseaux de transport, ou comme composantes d'un vaste marché des pratiques de loisirs<sup>62</sup>.

### **Le cinéma en salle : un événement social**

L'aspect principal de la consommation du cinéma à l'ère « post-moviegoing » – la période qui, selon les termes d'Allen, débute à l'arrivée du magnétoscope et suit immédiatement l'ère « moviegoing<sup>63</sup> » –, est le fait que, pour les générations n'ayant connu que cette époque, l'expérience des images animées est « décentrée », disséminée et produit une forme de socialité complètement différente : « My daughter's generation understands cinema as a textually disintegrated phenomenon experienced through multiple and unpredictably proliferating sites and modalities<sup>64</sup>. » De cette remarque personnelle de l'historiographe découle un constat qui explique l'importance, selon les tenants de la New Cinema History, de revisiter l'histoire de l'expérience du cinéma en salle : l'expérience cinématographique à l'ère « moviegoing » n'était peut-être pas aussi homogène ou concentrée sur l'activité spectatorielle d'interprétation filmique qu'elle ne peut le paraître si l'on s'en tient à l'histoire classique du cinéma. Lorsqu'on tient compte des transformations sociales qui distinguent fondamentalement cette époque de l'actuelle, on constate en effet toute l'importance de la

---

<sup>62</sup> Maltby, 2011, p. 8-9.

<sup>63</sup> Allen, 2010, p. 266.

<sup>64</sup> Robert C. Allen, « Reimagining the History of the Experience of Cinema in a Post-Moviegoing Age ». Dans Richard Maltby, Daniel Biltereyst et Philippe Meers (dir.), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden (MA) et Oxford : Wiley-Blackwell, 2011, p. 44.

sortie au cinéma en tant qu'activité sociale souvent bien ancrée au sein de diverses communautés. Pour Robert C. Allen, l'expérience du cinéma *en salle* ou en d'autres mots l'expérience directe de ce type de site d'exploitation constitue donc un objet d'enquête historique qui permet d'élargir le champ des études cinématographique et de répondre en partie à des questions qui depuis la constitution de cette discipline n'ont pas cessé de tarauder historiens et théoriciens du cinéma :

[...] what place does anything outside of the film "itself" and its analysis by the film scholar have in film studies? What constitutes the universe of the non-textual empirical relevant to film studies? How would this realm be investigated and to what end<sup>65</sup>?

Pour les tenants de la New Cinema History, s'il est question de comprendre la production de sens au cinéma c'est plutôt de signification *sociale* (et non de signification textuelle) dont il est question<sup>66</sup>. Ainsi, ce ne sont pas des textes filmiques qui sont l'objet de leurs recherches, mais plutôt des sites d'exploitation ou des réseaux de distribution ainsi que leurs rôles historiques au sein de la vie sociale, culturelle et économique des communautés et localités où a pris place ce type d'activité commerciale. L'élaboration de concepts théoriques n'est pas l'objet premier des contributions à ce corpus historiographique, mais elles défrichent une compréhension historique nouvelle qui remet en question les fondements de la compréhension théorique de l'expérience cinématographique en suggérant qu'elle constitue une forme de performance sociale pour les spectateurs.

Dans la perspective d'une enquête sur la production de signification sociale au cinéma, les salles constituent un site au sein duquel le cinéma s'éprouve comme événement social. La socialité de l'expérience en salle concerne tous ceux que la sémio-pragmatique désigne comme actants de la communication cinématographique c'est-à-dire tout autant les spectateurs qui fréquentent ce type de site que les différents acteurs de l'industrie du cinéma, allant des producteurs aux exploitants. Selon Allen, cet aspect distingue l'ère « moviegoing » :

What links their experience of cinema with other members of their epochal cohort – whether in the same town or on the other side of the world – is its sociality. It involved groups of people converging upon particular places to experience together something

---

<sup>65</sup> Robert C. Allen, « Race, Region, and Rusticity: Relocating U.S. Film History ». Dans Richard Maltby, Melvyn Stokes et Robert C. Allen, *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema*, Exeter (UK) : University of Exeter Press, 2007, p. 26.

<sup>66</sup> Maltby et Stokes, 2007, p. 2.

understood to be cinema. As an industry and as a cultural form, cinema depended upon the regular repetition of this social convergence under the sign of cinema [...]»<sup>67</sup>.

Ainsi, l'aspect social du cinéma en salle n'est pas simplement une conséquence secondaire du caractère public de l'exploitation du cinéma ou de la recherche de rentabilité de l'industrie (présenter chaque projection au plus grand nombre de spectateurs payants). Selon Allen, la socialité propre à ce mode de consommation constitue en fait l'attrait principal du cinéma en salle. En fait, la fréquentation constante et régulière des salles étant une condition essentielle à la rentabilité de ce type d'exploitation, il importait à l'industrie du cinéma de cette ère d'entretenir et de promouvoir le caractère social de ce rendez-vous ainsi que de demeurer concurrentiel au sein du vaste marché du divertissement et des événements à caractère social.

L'approche historiographique de la New Cinema History se caractérise par l'observation des effets de médiation à caractère social que procurent les salles de cinéma en tant que modalité de consommation d'images animées. Ce type de médiation constitue une part majeure, voire principale, de l'expérience des spectateurs qui fréquentent ce type de site d'exploitation. « Aller au cinéma » s'inscrit dans la vie quotidienne comme performance sociale; le site d'exploitation produit une certaine forme de socialité caractérisée par le type d'interactions sociales s'y déroulant et qui participe au processus de définition sociale des communautés qui en font usage. Il est notamment question dans certaines contributions au corpus de la New Cinema History de la façon dont la fréquentation d'un site d'exploitation ou d'un autre peut définir une appartenance à un statut social ou comment des discriminations raciales ou religieuses peuvent déterminer l'accès ou l'aménagement d'un site en particulier. Les effets de médiation à caractère social des salles de cinéma correspondent ainsi, selon la notion définie par Bolter et Grusin, à une forme d'hypermédiation : si le produit médiatique officiellement consommé en salle est le film projeté, il s'agit plutôt de la socialité de l'événement cinématographique – propre au statut public de ce type de site d'exploitation et à sa fonction de médium de la vie sociale des communautés qui le fréquente – sur lequel se fonde l'authenticité de l'expérience du cinéma en salle. En d'autres mots, les différentes salles de cinéma produisent des formes de socialité propres, impliquent chacune divers types de performances sociales et procurent donc des effets de médiation appréciés pour eux-mêmes

---

<sup>67</sup> Allen, 2010, p. 266.

par les spectateurs comme conditions d'une expérience authentique du cinéma, de l'activité d'« aller au cinéma ». Ces interactions et ces usages ne se manifestent pas uniquement en salle : l'événement social du cinéma traverse la vie quotidienne, comme bon nombre d'autres activités sociales qui animent une communauté, et se manifeste donc en dehors de l'enceinte des salles de cinéma dans la mesure où il participe et offre un reflet aux configurations sociales des communautés au sein desquelles elle s'inscrit. Les effets de médiation sociale – et plus largement l'opacité médiatique, selon les termes de Bolter et Grusin – du cinéma sont ainsi ouvertement exposés tant par l'importance conférée à la performance sociale des spectateurs qui fréquentent ces sites que par les stratégies promotionnelles de l'industrie qui visent à promouvoir la sortie au cinéma comme événement social.

Au projet d'écriture d'une histoire sociohistorique des publics de cinéma se greffe un autre aspect principal, intimement lié au premier, de l'historiographie du cinéma selon la *New Cinema History* : l'histoire économique, industrielle et institutionnelle du cinéma en tant qu'entreprise commerciale<sup>68</sup>. Comme Maltby l'affirme, les films ont été conçus, depuis les débuts du cinéma, comme des biens de consommation. L'industrie du cinéma américain ainsi que les initiatives industrielles internationales constituées pour lui faire concurrence ont été fondées sur un modèle d'affaire qui nécessitait que soit entretenue l'habitude quasi quotidienne d'aller au cinéma, et ce, en misant sur son caractère social :

Both the US motion picture industry and those industries created in competition with Hollywood are built on business models that require audiences to cultivate the habit of cinemagoing as a regular and frequent social activity. From very early in their industrial history, motion pictures were understood to be consumables, viewed once, disposed of and replaced by a substitute providing a comparable experience<sup>69</sup>.

En plus d'exposer clairement l'opacité médiatique du cinéma – les enjeux sociaux et économiques de l'expérience du cinéma en salle –, le croisement et l'interdépendance de pratiques sociales et commerciales au moment de la consommation des films en salle illustrent comment se joue la définition et la redéfinition constante de l'expérience cinématographique entre les actants récepteurs et émetteurs, entre la réalité sociale des spectateurs et les stratégies industrielles des exploitants, distributeurs et producteurs de cinéma.

---

<sup>68</sup> Maltby et Stokes, 2007, p. 2.

<sup>69</sup> Maltby, 2011, p. 7.

À la croisée de ces deux perspectives historiques – économique et sociologique – se trouvent les salles de cinéma, un objet d'enquête privilégié par les tenants de la New Cinema History, mais qui ne constitue pas nécessairement leur préoccupation principale. D'une part, les salles de cinéma sont étudiées sous leurs traits matériels (aménagement, architecture, localisation géographique, etc.) en tant que structure architecturale industrielle et institutionnelle servant des intérêts commerciaux et répondant aux contraintes du marché du cinéma, et ce, dans le contexte plus large des réseaux de la distribution cinématographique et de l'industrie du divertissement. De l'autre, elles sont étudiées en tant que site parmi plusieurs autres servant de point de rencontre et d'interaction sociale des diverses trajectoires individuelles de spectateurs et donnant lieu à la manifestation et la configuration quotidienne des structures sociales de différentes communautés historiques. Dans les deux cas, l'importance de ce type de site d'exploitation s'explique par le fait qu'il constitue un point de convergence des divers aspects de l'expérience cinématographique durant ce qu'Allen désigne comme la « moviegoing epoch » : les enjeux économiques de la production et de la distribution des films sont liés au mode de commercialisation de l'exploitation en salle et l'activité de la sortie au cinéma s'inscrit dans cadre élargie de la vie sociale et participe à la réalité quotidienne des communautés étudiées. En ce sens, les façons avec lesquelles sont utilisées et conçues les salles de cinéma en tant que modalité de consommation du cinéma par les différents actants de la communication cinématographique – tant sur le mode symbolique que dans leur aménagement et leur architecture ou leur localisation géographique – témoignent des aspects sociaux et économiques et constituent ainsi une trace historique de l'*expérience du cinéma en salle*.

### **Une conception de la complexité de l'*expérience of cinema***

Dans un article de 1990, qui constitue un des premiers textes à formuler concrètement l'étendue du programme de recherche historiographique que s'appropriera la New Cinema History dans les années 2000, Robert C. Allen invite les chercheurs et historiens du cinéma à s'interroger sur des aspects de l'exploitation et de la consommation du cinéma qui n'ont pratiquement rien à voir avec les textes filmiques ou avec le rapport que les spectateurs



peuvent entretenir avec ceux-ci<sup>70</sup>. S'il souligne les quelques travaux de recherche novateurs qui ont précédé la publication de son article et qui ont réinvesti en ce sens l'historiographie du cinéma en révélant notamment l'importance de l'exploitation commerciale dans le développement de l'industrie américaine du cinéma ou les relations complexes entre la sortie au cinéma et d'autres activités sociales, Allen déplore le peu de considération pour ce type d'aspects dans l'ensemble de l'histoire du cinéma<sup>71</sup>. Il invite ses collègues à poursuivre avec plus de dynamisme ces pistes de recherche en proposant une définition élargie de la notion de réception cinématographique :

What I would like to propose here is [... to enlarge] the notion of exhibition and the audience to encompass a more general historical concern with reception – a move implied in the work of a growing number of film scholars. I am using the term reception here to mean the most inclusive category of issues surrounding the confrontation between the semiotic and the social<sup>72</sup>.

Il distingue quatre composantes enchevêtrées de la réception au cinéma, des constructions théoriques qui doivent uniquement servir une approche heuristique de cette notion : l'exploitation (*exhibition*), les publics (*audiences*), l'expérience spectatorielle (*performance*) et la production de sens (*activation*)<sup>73</sup>. Cette définition élargie de la réception cinématographique et de ses diverses composantes correspond dans son ensemble à l'*experience of cinema*, une notion à laquelle se réfère Allen seulement dans ses écrits plus récents et qui ne paraît pas encore dans cet article. Selon lui, cette *experience of cinema* se compose d'un « set of processes, practices, events, spaces, performances, connections, embodiments, relationships, exchanges and memories [...] associated with but not reducible to films<sup>74</sup>. » Cette notion d'expérience comme sa conception des diverses composantes de la réception cinématographique vise donc à définir la complexité du cinéma comme objet d'étude d'une historiographie concernée par les aspects sociaux, culturels, économiques et industriels de l'exploitation, la distribution et la consommation du cinéma.

---

<sup>70</sup> Allen, 1990. Nous référons également les lecteurs à un ouvrage antérieur co-écrit avec Douglas Gomery qui constitue aussi un des fondements théoriques de cette pensée renouvelée de l'historiographie du cinéma sur laquelle repose la New Cinema History et dont l'article de 1990 peut constituer un des prolongements : Robert C. Allen et Douglas Gomery, *Film History: Theory and Practice*, New York : Alfred A Knopf, 1985.

<sup>71</sup> Allen, 1990, p. 348.

<sup>72</sup> *Ibid.*, p.349.

<sup>73</sup> Allen, 1990, p. 349-354.

<sup>74</sup> Allen, 2010, p. 266.

Les composantes de la réception cinématographique que décrit Allen dans son article partagent toutes un certain rapport avec le site d'exploitation et les salles de cinéma de manière générale, mais il en est plus directement question en ce qui concerne la composante de l'*exploitation* : celle-ci désigne les dimensions économiques et institutionnelles de la réception du cinéma. Allen remarque à cet effet que l'exemple des entreprises commerciales d'exploitation situées dans les grands centres urbains comme New York ou Chicago est trop souvent utilisé pour broser le portrait de l'industrie du cinéma à l'échelle nationale états-unienne. À son avis, cette composante de la réception doit plutôt tenir compte du type d'institution qui présente des films en publics (industrie nationale ou entreprise locale, secteur privé ou public, etc.), du rapport entre l'exploitation commerciale du cinéma et d'autres secteurs industriels ainsi que de la localisation géographique et de l'aménagement des sites d'exploitation (site fixe ou exploitation itinérante, *picture palace* ou salles modestes des communautés rurales, etc.).

Du point de vue des différents acteurs industriels de la production, de la distribution et de l'exploitation du cinéma aux États-Unis, les réseaux de salles de cinéma ont joué un rôle considérable dans la stabilisation d'un marché historiquement considéré comme risqué sur le plan financier. En effet, les lourds coûts de production d'un film peuvent ne jamais être remboursés s'il n'a pas de succès au moment de sa présentation en salle. Comme Maltby le souligne en commentant une contribution de son collègue Deron Overpeck, une tension a toujours existé autour des enjeux d'un juste partage des coûts et des profits entre les différents secteurs de la production et de l'exploitation du cinéma aux États-Unis. Ces secteurs industriels ont sans cesse cherché à s'attribuer chacun le mérite des profits engrangés ou à refuser la responsabilité des risques financiers qui caractérisent cette industrie :

This conflict was intensified by the particular nature of the business, where products were leased rather than sold, and where the wholesale price was determined more by the location and condition of the theatre than by the quality of the picture<sup>75</sup>.

Ce type de conflit entre les deux secteurs industriels (qui a périodiquement été résolu par une intégration verticale de tous les secteurs avec la création d'un groupe de studios oligopolistique jugé illégal et démantelé vers la moitié du 20<sup>e</sup> siècle) est issu, comme le remarque Maltby, du fait que le prix de vente individuel – le prix d'un ticket d'entrée – est

---

<sup>75</sup> Maltby, 2011, p. 17.

indépendant du coût d'une production filmique, et repose davantage sur la valeur du site où sera consommé le film c'est-à-dire sur la qualité de l'expérience filmique offerte aux spectateurs. D'un point de vue économique, la qualité de l'expérience spectatorielle que procure le site d'exploitation est un facteur prédominant puisqu'elle détermine le coût pour les spectateurs de la consommation d'un film, et ce, peu importe la qualité présumée de la production filmique présentée. Évidemment, d'autres facteurs font en sorte qu'un spectateur choisira de payer le prix d'entrée et non seulement le désir qu'aurait pu susciter la campagne promotionnelle entourant la sortie d'un film ou l'intérêt qu'il porte pour un réalisateur, un membre de la distribution ou un genre cinématographique. Sa familiarité avec le site d'exploitation offre aux consommateurs une plus grande certitude quant à la qualité de leur expérience filmique (et à sa rentabilité comme dépense personnelle) : il ne peut formuler son opinion d'un film qu'une fois qu'il est vu, et ce, seulement après avoir payé son ticket d'entrée et généralement sans possibilité de remboursement. Toujours d'un point de vue économique, la valeur ou la relative rentabilité de l'expérience cinématographique est d'autant plus rehaussée ou assurée si elle devient en plus un moyen pour les spectateurs d'y mener d'autres activités de divertissement ou de sociabilité : une sortie au cinéma peut être l'occasion d'une activité entre amis ou en famille, de rapprochements entre amoureux ou de toute autre forme d'interaction sociale pour laquelle le film est généralement pour peu, voire pour rien. Certains sites d'exploitation sont aménagés, conçus et situés en conséquence : la présence d'un cinéma à proximité du domicile ou de grands centres urbains facilite l'intégration de la consommation cinématographique dans le déroulement de la vie quotidienne, l'impression de sécurité que certaines salles comme les multiplexes peuvent procurer incite les familles à les fréquenter, l'attrait d'un événement fort en sensations et en prouesses technologiques peut attirer des groupes d'adolescents ou de jeunes adultes, etc.<sup>76</sup> Les dimensions économiques et

---

<sup>76</sup> L'impression de sécurité et de confort ainsi que l'attrait des expériences riches en émotions fortes sont notamment les attraits des multiplexes contemporains, comme le rapportent certains chercheurs en études urbaines et en études des médias : voir Phil Hubbard, « Fear and Loathing at the Multiplex : Everyday Anxiety in the Post-industrial City ». *Capital & Class*, vol. 27, n° 2, été 2003, p. 51-75; Charles Acland, *Screen Traffic. Movies, Multiplexes, and Global Culture*, Durham : Duke University Press, 2003. Voir également Simon Thibodeau, « Aller au cinéma. Fuite hors de la ville et accompagnement distancié sur le site du multiplexe ». En ligne, *Synoptique*, vol. 2, n° 2, automne 2013, p. 54-79, [synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23](http://synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23). Consulté le 20 avril 2015.

institutionnelles de l'exploitation en salle jouent ainsi un rôle considérable dans la définition et le déroulement de l'expérience du cinéma en salle.

La composante des *publics* est, dans le cadre de la New Cinema History, à la fois l'objet d'enquêtes sur les publics historiques de certains films, de certains sites d'exploitation ou de certaines localités précises que sur la signification sociale d'« aller au cinéma » ou sur les représentations de ces différents publics dans les discours industriels et publicitaires. Elle concerne donc notamment des recherches à portée sociodémographique et qui visent à déterminer la taille et la constitution des publics de salles de cinéma au cours de périodes précises, à étudier les différentes modalités de la consommation du cinéma et les motivations qui incite leur usage, ou encore, à aborder des questions de discriminations se fondant sur des distinctions raciales, de genre, de classes ou sur des origines ethniques. La notion de *public* constitue aussi une construction sociale, culturelle et économique complexe qui est notamment l'œuvre d'un discours industriel visant à convaincre le plus grand nombre à se déplacer et payer l'entrée en salle, à laquelle les spectateurs participent également et se soumettent volontairement. Ces derniers peuvent aussi contribuer à la transformation de ce type de construction tant par leur contribution aux discours populaires que dans les usages qu'ils font des salles de cinéma en tant que modalité de consommation d'images animées ou en tant que site d'un événement social, par exemple. Maltby remarque que ce sont justement les aspects de la sortie au cinéma qui ont trait au quotidien, aux interactions avec la communauté locale, avec la famille et les proches qui sont les thèmes les plus récurrents dans les enquêtes sur l'histoire orale du cinéma menées par certains chercheurs qui ont contribué à un ouvrage collectif qu'il a codirigé :

Oral histories with cinema audience members, on the other hand, consistently tell us that local rhythms of motion picture circulation and the qualities of the experience of cinema attendance were place-specific and shaped by the continuities of life in the family, the workplace, the neighbourhood and community. Stories that cinemagoers recall return repeatedly to the patterns and highlights of everyday life, its relationships, pressures and resolutions<sup>77</sup>.

Comme le souligne Maltby, le site même des salles de cinéma occupe une importance dans ce type d'histoire orale du cinéma parce qu'il constitue un lieu de rencontre et d'activités sociales. En ce sens, et comme le souligne Maltby en citant sa collègue Annette Khun, l'activité sociale

---

<sup>77</sup> Maltby, 2011, p. 9-10.

d'aller au cinéma occupe généralement beaucoup plus d'importance dans la mémoire des spectateurs de cinéma que leur expérience imaginaire du récit ou du monde représenté par les films consommés<sup>78</sup>.

Dans la proposition d'Allen d'une définition élargie de la réception, la composante de l'*expérience spectatorielle* désigne l'activité entière des spectateurs de cinéma c'est-à-dire une activité qui comprend la séance de projection et le visionnement du film projeté, mais qui inclut également l'épreuve sensorielle de toutes les attractions de la sortie au cinéma, les diverses formes de socialité et la pratique de l'espace que constitue l'occupation du site d'exploitation, la déambulation sur son étendue spatiale. Cette composante permet donc de jeter un regard différent sur la consommation cinématographique comme pratique sociale et culturelle qui n'est pas déterminée par la seule réception d'un film, c'est-à-dire par le moment durant lequel les spectateurs portent principalement leur attention sur l'écran ou par leur activité d'interprétation d'un texte filmique. En fait, selon Allen, la présentation du film n'est qu'un seul des multiples aspects de la réception cinématographique et les spectateurs peuvent, par exemple, se rendre en salle de cinéma par intérêt pour l'architecture de la salle ou par les diverses attractions qui ont accompagné la présentation de films à différents moments de l'histoire du cinéma. Selon lui, cette composante représente la plus authentique et la plus immédiate part de l'expérience du cinéma en salle<sup>79</sup>. En ce sens, la notion d'*expérience spectatorielle* désigne le vaste champ des sensations que peut procurer l'*experience of cinema*, de l'épreuve sensible et psychologique qui caractérise la perception des sons et images d'un film à l'activité sociale et économique de consommation des spectateurs.

La composante de la *production de sens*, notre traduction libre (inspirée du lexique de la sémio-pragmatique de Roger Odin) du terme anglais « *activation* » qu'Allen emprunte aux études de la réception en littérature, soulève des enjeux plus généralement associés aux études classiques de la réception au cinéma : elle désigne les modalités selon lesquelles les spectateurs produisent du sens – ou n'en produisent pas – d'un ou de plusieurs des aspects de leur *experience of cinema*. Cette expérience peut comprendre l'activité de « lecture » du film, objet d'intérêt principal des études « classiques » de la réception, mais Allen cherche à y

---

<sup>78</sup> *Ibid.*, p. 11.

<sup>79</sup> Allen, 1990, p. 352.

inclure aussi tous les autres aspects de la sortie au cinéma, de la composante de l'*expérience spectatorielle*. Selon lui, les approches « classiques » de la réception du cinéma ont tenu compte du contexte sociohistorique de réception seulement dans la mesure où il exerçait une pression sur l'activité de *lecture du texte filmique* des spectateurs. Pour les tenants de la New Cinema History, cette connaissance du contexte de réception cinématographique ne suffit pas : il faut aussi enquêter sur la façon dont le contexte de réception influence le rapport des spectateurs avec les nombreux autres aspects de l'*expérience spectatorielle* et notamment ceux qui ont trait à la performance sociale des spectateurs. Dans le cadre de la New Cinema History, l'expérience du cinéma en salle est d'abord considérée comme un événement social et ce sont principalement les significations sociales d'« aller au cinéma » qui sont à l'étude. Toutefois, selon Allen, tout un spectre de différents types de signification est aussi produit durant un événement cinématographique et il affirme la nécessité d'établir une histoire générale de l'*expérience of cinema* (plutôt qu'une histoire du cinéma) et donc de renverser les rapports texte/contexte qui ont été privilégiés dans les théories « classiques » de la réception en études cinématographiques :

Reimagining the history of cinema as *the history of the experience of cinema* is not a matter of supplying historical contexts for films, nor is it a playing out of the argument that contexts condition what a given film might have meant to some audiences. It is a matter of turning the assumed relationship of context to text, or of experience to the thing experienced, inside out. Context is not a frame, a backdrop, or setting for something else, but rather a necessary and irreducible element of experience. Surviving films [...] are limited in what they can tell us about how they might have been experienced, and they say little about what cinema might have meant within the myriad of places within which it was constituted as “cinema” [...] <sup>80</sup>.

Les processus de production de sens devraient donc pouvoir être observés, selon l'historien, autant dans la signification produite à partir de l'*expérience du contexte* de consommation du cinéma que dans celle tirée de l'*expérience des images animées* elles-mêmes.

L'ensemble des quatre composantes décrites par Allen dans son article de 1990 – l'*exploitation*, les *publics*, l'*expérience spectatorielle* et la *production de sens* – divise sur un plan théorique et pour un usage heuristique l'événement de la réception cinématographique en différentes catégories qui ne sont pas indépendantes l'une de l'autre, mais qui forment plutôt un système complexe dont les éléments interagissent entre eux et remodèlent à tout moment

---

<sup>80</sup> Allen, 2010, p. 266-267.

*l'expérience of cinema*. Le site d'exploitation constitue un point de rencontre de ces différents aspects de *l'expérience of cinema* comme en témoigne par exemple la discrimination raciale, de genre ou religieuse qui découle des décisions de la direction de l'établissement en matière d'aménagement des espaces réservés aux Noirs, aux femmes ou aux différentes communautés religieuses ou de mise en œuvre de politiques discriminatoires de fixation du prix d'entrée. Allen rappelle notamment le travail de l'architecte Erle Stillwell qui a contribué à entretenir les discriminations raciales perpétrées dans l'environnement social où il préparait la construction de ses salles de cinéma en intégrant la ségrégation raciale au moyen d'espaces réservés à l'usage des Noirs dans l'aménagement des sièges et de l'architecture de ces sites d'exploitation<sup>81</sup>. L'étude historique des salles de cinéma et plus précisément de leur localisation, de leur aménagement et des décisions de gestion des exploitants permet aux historiens de la New Cinema History d'illustrer et d'analyser l'interrelation historique des aspects économiques, institutionnels et sociologiques de l'activité d'« aller au cinéma » et les processus de production de signification sociale de l'expérience du cinéma en salle. Le prolongement des discriminations déjà présentes dans le contexte social propre aux communautés qui fréquentent ces sites d'exploitation illustre explicitement dans le discours des historiographes de la New Cinema History l'enchâssement de l'expérience du cinéma en salle dans la vie sociale élargie : « [...] the picture show also provided an occasion at which existing social, economic and religious distinctions could be projected onto the informal social segregation of cinema seating arrangements [...]»<sup>82</sup>. D'un point de vue économique et institutionnel, ce type de ségrégation, qui peut se manifester tant dans l'aménagement du site que dans la fixation des prix, repose sur l'intérêt des exploitants commerciaux d'inscrire dans le quotidien de leurs publics la consommation du cinéma dans leur salle. Ces différents aspects de l'exploitation en salle du cinéma constituent toutefois une forme de discours qui contribue à la construction d'un ensemble de spectateurs de cinéma en tant que publics (*audiences*) :

[...] « audience » is as much a discursive as a social phenomenon. Individuals are not only solicited but constructed as audience members through industry attempts at marketing research, advertising, promotions, the decor of movie theaters, etc<sup>83</sup>.

---

<sup>81</sup> Allen, 2011, p. 53.

<sup>82</sup> Maltby, 2011, p. 31.

<sup>83</sup> Allen, 1990, p. 352.

Si la conception ou la gestion commerciale de salles de cinéma a pu reprendre un discours préexistant – comme celui de discrimination raciale que pouvaient véhiculer les édifices de Erle Stillwell –, elle permet aussi d’en renforcer la vigueur et de contribuer à la production d’un certain type de signification sociale. La question des publics ne concerne donc pas seulement l’étude de la constitution objective et démographique de l’ensemble de spectateurs d’un même événement cinématographique, mais aussi la construction de cette image de la clientèle ciblée par l’industrie du cinéma. Cette image du public comporte son lot d’exclusion d’individus ou de communautés qui ne se reconnaissent pas dans le discours promotionnel. Si cette image a pour fonction première d’attirer au cinéma les personnes qui s’y reconnaissent, elle permet aussi aux spectateurs potentiels de se situer socialement par rapport à cette image projetée par l’industrie : souhaitent-ils s’identifier à ce spectateur type ou souhaitent-ils s’en distancier ? Se considèrent-ils comme inclus ou exclus du type de public associé à un film ou un site d’exploitation en particulier ? En tant que composante du discours industriel, les salles de cinéma, leur aménagement et leur architecture témoignent de la manière dont les exploitants conçoivent leur clientèle en tant que public. Les différents spectateurs qui fréquentent un site d’exploitation doivent composer avec – ou *performer* leur propre rôle en fonction de – cette image de public que proposent les discours industriels, la signification sociale d’*aller au cinéma* à laquelle participe cette image de public. L’approche interdisciplinaire des contributeurs à la New Cinema History permet ainsi de brosser un portrait de la complexité de l’expérience du cinéma en salle en se fondant d’abord sur des observations sociologiques, économiques et architecturales des contextes de réception et notamment des salles de cinéma comme site d’un événement social.

L’étude des rapports entre les différentes composantes de l’*expérience of cinema* permet aussi de soulever le rapport contradictoire qu’entretiennent les différents actants de l’expérience du cinéma en salle entre le déroulement ordinaire d’une activité quasi quotidienne et l’attrait du spectaculaire et de l’extraordinaire. Si les historiographes de la New Cinema History s’intéressent avant tout à l’inscription de la sortie au cinéma dans la vie quotidienne, de sa relative banalité et de l’importance des rapports sociaux auxquels elle donne lieu, ils ne nient pas l’importance qu’a pu avoir l’attrait du rêve pour ce type d’exploitation commerciale. L’affirmation fondamentale de ce corpus, faisant du cinéma un événement principalement



social, vise plutôt à démonter la conception « classique » de la réception et de l'expérience cinématographique fondée uniquement sur un état spectatorial individualisé, complètement détachée du réel et vécue sur un plan uniquement psychologique. Selon Maltby et Allen, les salles de cinéma seraient plutôt le site d'une négociation quotidienne de la vie ordinaire et de l'expérience extraordinaire :

Moviegoing [...] was an everyday encounter with the extraordinary [...]. Despite the extraordinary content of the events that cinema presented to its audiences [...] their everyday occurrence rendered these encounters customary; [...], when the extraordinary events of the movies were repeated so often that they could be reckoned on in advance, they became part of the ritual [...] <sup>84</sup>.

Sans être complètement incompatibles, ces deux aspects de l'expérience du cinéma en salle sont en fait maintenus dans un équilibre, une forme de rituel social, qui permet à l'événement extraordinaire d'être vécu comme un événement ordinaire de la vie quotidienne. Allen invoque par exemple le fait que les acteurs de l'industrie du cinéma, et notamment les exploitants de salles, ont sans cesse dû assurer cet équilibre entre événement quotidien et expérience de l'extraordinaire :

The eventfulness of cinema in the era of moviegoing was always poised between the everyday and the extraordinary. The first challenge for any early storefront theatre proprietor was to make what only a few weeks before had been an ordinary hardware store into the Bijou, Rialto, Grand or Royal <sup>85</sup>.

On comprend avec l'exemple donné par Allen comment la conception et l'aménagement des sites d'exploitation pouvaient contribuer à entretenir l'aspect extraordinaire du cinéma – grâce, à cette époque, aux décors tapageurs de leurs façades – tout en participant au déroulement ordinaire du quotidien – en étant situés à des emplacements qui assuraient une certaine proximité avec leur clientèle. Ainsi, l'expérience du contexte architectural de la présentation du cinéma participait-elle à la fois aux deux composantes de la réception que sont l'*expérience spectatorielle* et les *publics* : elle contribuait à la fois à une épreuve sensorielle de l'extraordinaire en évoquant la visite de palaces somptueux ou de paysages exotiques ainsi qu'à la réalité du quotidien des membres des communautés dans lesquelles est inscrite la consommation du cinéma en salle.

---

<sup>84</sup> Maltby, 2011, p. 33.

<sup>85</sup> Allen, 2011, p. 52.

L'aspect de l'*expérience spectatorielle* implique donc à la fois des formes de production de sens social et culturel puisqu'il désigne toute l'étendue de l'*experience of cinema*, c'est-à-dire une activité qui comprend, dans le cas du cinéma en salle, la séance de projection et le visionnement du film projeté, mais qui inclut plus largement l'expérience sensorielle et sociale de la sortie au cinéma et notamment de l'occupation du site d'exploitation lui-même :

For 100 years, individual films were among the most ephemeral aspects of the experience of cinema. Any particular film was but one part of an event that also involved other people, performances (cinematic and non-cinematic), things (furniture and architecture), spaces, technologies and experiences : tastes, smells, sounds and sights. The economic logic developed for theatrical exhibition depended upon any given film being part of the experience of cinema only for a single, very brief period of time, after which it became a part of the memory of an experience of cinema<sup>86</sup>.

L'expérience du cinéma en salle comprend donc aussi le rapport avec d'autres spectateurs, avec des représentations (filmiques ou non), mais aussi l'épreuve sensible de l'espace du site d'exploitation, son aménagement et son architecture, les technologies qu'il mobilise et les différentes expériences sensorielles qu'il peut procurer. Robert C. Allen affirme par exemple que, durant les années 1920, certains spectateurs étaient principalement attirés par le site d'exploitation et très peu par le programme à l'affiche :

They were attracted to the theatre by the theatre itself, with its sometimes bizarre architectural and design allusions to exotic cultures, its capacious public spaces, its air conditioning in the summer, and its auditorium, which may have been decorated to resemble the exterior of a Moorish palace at night – complete with the heavenly dome and twinkling stars<sup>87</sup>.

Outre l'architecture des salles, qui était un attrait principalement pour les spectateurs de l'époque des *picture palaces*, Allen souligne aussi l'ensemble des différents spectacles musicaux ou de variétés qui composait souvent le programme d'une séance de cinéma dans les années 1910-1920 aux États-Unis. À différents moments de l'exploitation du cinéma en salle nous pourrions identifier d'autres types d'attractions parallèles, comme l'introduction au sein des multiplexes de jeux vidéo ou de manèges au courant des années 1980-90, qui devait également permettre de varier l'offre de divertissement sur le site d'exploitation. Nous pouvons ajouter à l'ensemble de ces aspects, la performance des spectateurs eux-mêmes : ils cherchent pour certains une forme d'interaction sociale avec les proches qui les accompagnent

---

<sup>86</sup> *Ibid.*, p. 54-55.

<sup>87</sup> Allen, 1990, p. 352-353.

ou ils tentent de respecter une certaine forme de décorum qui leur paraît nécessaire pour maintenir de bonnes conditions de visionnement d'un film. En se rapportant à l'article d'Annette Kuhn sur la mémoire des spectateurs de cinéma, Maltby évoque une forme de souvenir « cinématographique » qui se réfère principalement à l'activité sociale d'« aller au cinéma » plutôt qu'au contenu d'un film particulier :

[...] perhaps we also remember cinema in fragments because memories of whole movies are not particularly useful in constructing our own narratives, whereas stories of cinemagoing are very readily turned into narratives in which we are at the centre of events as creators of our own world<sup>88</sup>.

L'expérience du cinéma en salle, qui s'étend de l'épreuve sensible de l'occupation du site d'exploitation aux interactions sociales qu'il suscite en passant par la lecture des images filmiques, comporte un ensemble de performances et de relations variées qui singularise l'*expérience spectatorielle* de chacun des spectateurs.

### **La notion d'*experience of cinema***

En lieu et place des textes filmiques ou de leurs publics en tant qu'objets d'étude se trouve, chez les historiographes de la New Cinema History, la notion d'*experience of cinema*, qui désigne de manière générale l'ensemble des nombreux aspects de l'expérience des spectateurs de cinéma. En cernant l'événement historique d'une telle expérience, ces historiographes cherchent à formuler et définir un objet d'étude qui correspond de manière plus objective et moins purement théorique à ce que les spectateurs concevaient et partageaient eux-mêmes comme un événement social. Cette notion d'*experience of cinema* est centrale pour ce corpus historiographique comme l'exprime Robert C. Allen dans une section d'un de ses textes intitulée « The Eventfulness of the Experience of Cinema » :

For a century, cinema was experienced as an event, and, [...], it was a social event. What makes events eventful is that they are unique convergences of multiple individual trajectories upon particular social sites. Events are necessarily unpredictable and unreproducible. Historical events are, if you like, invisible to us, and they resist being represented either in words or images; and yet, events are the stuff of history. The largely unspoken and unexamined assumption of most film studies scholarship has been that the experience of cinema could be made uneventful, inconsequential and

---

<sup>88</sup> Maltby, 2011, p. 11.

reproducible by reducing it to the abstracted, individual act of textual engagement : the only events that mattered were taking place on the screen<sup>89</sup>.

Dans la perspective de la New Cinema History, la notion d'*experience of cinema* se veut une contradiction explicite de la notion de sujet-spectateur de théories telles que celles du dispositif ou du signifiant imaginaire<sup>90</sup>. Chaque événement d'une *experience of cinema* étant unique, individuellement propre et singulier, l'activité de réception filmique ne peut être réduite à un modèle fixe et reproductible c'est-à-dire qui puisse être appliqué à une autre situation de réception filmique. Ainsi, cette notion exclut également la viabilité d'une approche qui se fonderait sur l'identification de publics de cinéma c'est-à-dire sur l'identification précise et arrêtée, qu'elle soit théorique ou qu'elle prétende à l'objectivité de son résultat, d'un ensemble de spectateurs plus ou moins homogène comme ce peut être le cas dans le cadre des études de la réception ou de la sémio-pragmatique de Roger Odin<sup>91</sup>. En somme, la notion d'*experience of cinema* vise chez les historiographes de la New Cinema History à présenter ouvertement leur objet d'étude comme étant évanescent, impossible à définir de manière absolue et donc irréductible à un modèle théorique arrêté ou anhistorique.

Le moment précis de la réalisation ou de l'épreuve « directe » de l'*experience of cinema* est relativement bref – il dure le temps que dure l'occupation du site d'exploitation –, mais il se poursuit sur les plans mémoriel et social en dehors de l'enceinte des salles de cinéma. Pour Robert C. Allen, l'*experience of cinema* est donc complexe et ouverte et il n'est pas possible selon lui d'en déterminer les limites spatio-temporelles ou de la définir de manière satisfaisante tant objectivement que théoriquement :

Spatially, the relationship that constitute the experience of cinema are not bounded by the borders of the screen, the theoretical space between spectator and image, the physical space between viewers, or the spaces between them and the places in which movies are shown. [...] Temporally, the experience of cinema does not begin when the lights go down or even when a ticket is purchased, and it does not end when the credits roll or we step back into the « real » world outside the exhibition space. [...] The relations that constitute the experience of cinema are not fixed; the character of its heterogeneity cannot be predicted or assumed<sup>92</sup>.

---

<sup>89</sup> Allen, 2011, p. 51.

<sup>90</sup> Maltby, 2011, p. 34.

<sup>91</sup> Allen, 2011, p. 51.

<sup>92</sup> Allen, 2011, p. 55.

En somme, si l'*experience of cinema* comprend un si vaste champ expérientiel, ce n'est pas de manière exclusive c'est-à-dire que les innombrables aspects de cette expérience ne peuvent servir à en établir la définition arrêtée. Par exemple, l'expérience sensorielle, temporelle et spatiale d'un site d'exploitation, de son aménagement et de son architecture, est comprise dans la notion plus large de l'*experience of cinema*, mais elle ne peut en aucun cas en constituer la définition complète. L'approche historiographique que tente de définir Allen se veut ainsi la plus ouverte possible à la prise en compte – tant dans une approche historiographique que théorique – de ce vaste champ expérientiel que peut constituer l'*experience of cinema*.

Ainsi, dans la perspective privilégiée par les historiens de la New Cinema History, l'objet de leurs recherches est notamment de comprendre et d'étudier la production de significations sociales, économiques et culturelles à laquelle donne lieu la consommation du cinéma en salle. En ce sens, l'expérience du cinéma en salle est conçue, selon les termes de Bolter et Grusin, sur le mode de l'*hypermédiation*, c'est-à-dire que les aspects sociaux, économiques et culturels du cinéma en salle sont compris comme des effets de médiation authentiques du média cinématographique. En somme, la conception de l'opacité médiatique du cinéma en salle caractéristique de la New Cinema History permet de mettre l'accent sur les formes de médialité qu'on lui a conférées, sur les processus de sa construction culturelle, sociale et économique en tant que média. Tous les actants de l'*expérience du cinéma en salle*, allant des producteurs de l'industrie du cinéma aux spectateurs qui consommeront leurs productions, participent à la définition historiquement changeante et en perpétuelle transformation des formes de médialité qui lui sont conférées. L'aspect des publics modelés par les discours industriels ou l'organisation des réseaux de distribution du cinéma ainsi que l'architecture et l'aménagement des sites d'exploitation sont tous des éléments qui reflètent une certaine part de la médialité historiquement attribuée à l'expérience du cinéma en salle. En ce sens, l'usage de la notion d'*experience of cinema* vise à désigner un objet d'enquête historique qui n'est pas précis et arrêté, en perpétuelle redéfinition et possédant de multiples configurations à travers l'histoire tout comme à chaque moment précis de cette histoire.

Comme le constatent les différents contributeurs au corpus de la New Cinema History, les salles de cinéma possèdent une fonction éminemment sociale qui a marqué notre conception de l'expérience cinématographique au 20<sup>e</sup> siècle et constituent en ce sens une composante

importante de l'*experience of cinema*. Selon cette perspective, ce type de site d'exploitation ne détermine pas la nature et le déroulement de l'expérience sociale des spectateurs puisqu'il est pensé dans son rapport à la vie sociale préexistante au sein des différentes communautés qui en font usage, comme un des éléments qui composent la vie quotidienne des individus qui forment ces communautés. En ce sens, les salles de cinéma, par leur aménagement ou leur localisation géographique, sont des objets d'enquête historique qui témoignent plutôt des configurations sociales des communautés qui les ont fréquentées en tant que site d'un événement social et économique. Ce type de site constitue donc plutôt une modalité de consommation du cinéma qui n'est pas un élément déterminant de toute *experience of cinema*, mais plutôt une composante qui offre une trace historique de ce que nous désignons comme l'*expérience du cinéma en salle*. Les salles de cinéma ont joué un rôle marquant durant ce qu'Allen désigne comme la « moviegoing epoch » puisqu'un grand nombre d'individus se les sont appropriées durant cette période historique en tant que site d'un événement social. L'arrivée d'autres modalités de consommation d'images animées – notamment l'apparition de la vidéocassette sur le marché – a toutefois mis fin à cette ère et dans la foulée à un paradigme théorique de l'expérience cinématographique fondée sur le cinéma en salle selon Allen. L'exemple du rôle de l'usage social et économique de ces différentes modalités (appareils portables, DVD, diffusion Internet et partage pair-à-pair, etc.) dans la périodisation historique proposée par Allen illustre la conception complexe de la notion d'*experience of cinema* et permet un rapprochement avec la définition de l'acte de médiation de Bolter et Grusin : les effets de médiation d'une *experience of cinema* peuvent être placés comme point de départ des recherches qui s'inscrivent dans le cadre de la New Cinema History tant que sont pris en compte l'ensemble des objets, sujets et médias ainsi que les relations d'interdépendance qui composent une telle expérience médiatique : « The events of our mediated culture are constituted by combinations of subject, media, and objects, which do not exist in their segregated forms. Thus, there is nothing prior to or outside the act of mediation<sup>93</sup>. » Chacune des occurrences de ces *experience of cinema* est donc étudiée et rapportée par les historiographes de la New Cinema History dans leurs configurations médiatiques propres et singulières – qu'ils impliquent l'usage de la salle de cinéma ou de toute autre modalité de

---

<sup>93</sup> Jay D. Bolter et Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge (MA) : MIT Press, 1999, p. 58.

consommation d'images animées –, en tant que constructions culturelles, sociales, économiques et esthétiques ayant leur historicité propre. Selon cette perspective, les salles de cinéma – qui ont définitivement marqué l'histoire de l'exploitation et de la réception du cinéma au 20<sup>e</sup> siècle – constituent une trace historique du déroulement de l'*experience of cinema* pour un grand nombre de spectateurs de l'époque ou, en d'autres termes, de ce que nous désignons comme *l'expérience du cinéma en salle*.

Si les écueils d'autres approches de la réception et de l'expérience cinématographique sont évités en adoptant l'*experience of cinema* comme objet d'étude, les principes sur lesquelles se fondent la New Cinema History et notamment la définition très vaste, ouverte et relativement indéterminée de leur objet d'enquête historique sont aussi la cible de critiques. Maltby reconnaît lui-même les failles auxquelles pourraient s'en prendre d'éventuels détracteurs qui verraient dans cet abandon radical du texte filmique au profit d'un objet plutôt centré sur l'expérience spectatorielle un « dangereux » penchant vers une histoire culturelle et sociale désarticulée et trop éloignée d'un objet d'intérêt précis<sup>94</sup>. Janet Staiger prévient également, en visant certaines approches des Reception Studies qu'elle catégorise comme « reader-activated », qu'une telle historiographie peut devenir fallacieuse si on y ignore le rôle de co-dépendance du texte filmique et de l'ensemble des autres composantes ou paramètres de l'expérience cinématographique. Maltby répond à ces potentielles critiques en affirmant que la New Cinema History se veut une approche complémentaire et informée en partie par des données établies au sein d'histoires du cinéma qui était principalement préoccupée par l'étude des textes filmiques, et ce, de l'analyse de leur production à leur inscription au sein de courants esthétiques. En somme, s'ils rejettent catégoriquement certains fondements des historiographies et des théories filmiques qui ont majoritairement défini les études cinématographiques depuis leurs débuts, les tenants de la New Cinema History ne refusent pas non plus de reconnaître la valeur de certains aspects de ces approches « classiques » et d'y faire appel lorsqu'elles paraissent pertinentes.

En exposant les effets des aspects économiques et sociaux de l'expérience cinématographique, ces historiens cherchent à faire valoir le processus de médiation auquel participent nécessairement les différents acteurs de l'exploitation et de la consommation du cinéma. Ces

---

<sup>94</sup> Maltby, 2011, p. 9.

aspects font partie intégrante de la conception tant des spectateurs que de l'industrie du cinéma comme expérience médiatique complexe composée d'une grande diversité d'affects, d'effets de médiation, de relations sociales, d'épreuves sensorielles et de processus mémoriels. Les conditions de circulation des produits de consommation sur le marché ainsi que les contextes permettant les interactions sociales sont des composantes ou des paramètres constitutifs de l'expérience du cinéma en salle. Une part de ce type d'expérience est laissée de côté dans l'approche privilégiée par la New Cinema History, mais n'est pas explicitement reniée : la relative qualité de transparence médiatique et d'immédiateté qui caractérise l'activité de lecture et d'interprétation filmique dans les histoires et théories classiques n'est pas l'objet de ce mouvement historiographique qui cherche plutôt à mettre l'accent sur les effets de médiation de toute l'étendue de *l'expérience of cinema*, et notamment des salles de cinéma comme site d'un événement social et économique. Toutefois, s'ils reprochent aux théoriciens et historiens en études cinématographiques d'avoir ignoré une part fondamentale de l'expérience historique du cinéma en élaborant leurs théories ou en écrivant l'histoire du cinéma, ils risquent eux aussi de proposer une conception incomplète du cinéma en tant que média. En effet, comme l'affirment Bolter et Grusin, l'ensemble des aspects d'une expérience médiatique doit être considéré pour brosser le portrait d'un média tel qu'il est perçu, conçu et utilisé historiquement c'est-à-dire que, tout comme sa signification sociale, économique et culturelle, le cinéma en salle se constitue comme expérience médiatique aussi en fonction de l'expérience esthétique des spectateurs et du sens produit à partir des textes filmiques présentés. L'étude des aspects esthétiques de *l'expérience of cinema* ainsi que de l'état psychologique des spectateurs d'un texte filmique est pratiquement absente et il reste donc encore à articuler les aspects sociaux, culturels et économiques de *l'expérience of cinema* à ses aspects esthétiques et psychologiques.



## QUATRIÈME CHAPITRE

### **L'expérience hétérotopique du cinéma**

L'analyse de différents discours théoriques et historiographiques sur la réception et l'expérience spectatorielle du cinéma présentée au cours des deux chapitres précédents a permis de relever divers aspects d'une conception de la médialité des salles de cinéma. Que ce soit pour expliquer les effets idéologiques et psychiques de l'expérience filmique ou pour analyser l'effet d'un contexte sur l'interprétation d'un film ou sur les aspects sociaux et économiques de l'activité de consommation du cinéma, nous avons tâché d'exposer dans les discours des différents théoriciens, chercheurs et historiographes issus du champ des études cinématographiques les effets de médiation conférés aux salles de cinéma. Il s'agissait notamment de l'incidence qu'ont sur la posture des spectateurs l'agencement des différentes composantes et l'aménagement de ces salles; des types de rapports auxquels ce type de site d'exploitation donne lieu entre les spectateurs et le monde diégétique auquel réfère le texte filmique; des échanges ou relations entre l'activité spectatorielle et l'expérience réelle de la vie en société; du fonctionnement du modèle d'échange commercial de ce mode d'exploitation; et des formes de socialité du cinéma en salle. Catégorisés d'après le modèle théorique développé par Bolter et Grusin selon leurs fonctions de transparence ou d'opacité médiatique, ces différents types d'effets de médiation du site institutionnel de l'exploitation commerciale du cinéma permettent à présent d'énoncer quelques principes qui régissent une conception théorique – telle qu'elle a pu se constituer dans le champ des études cinématographiques – de la médialité des salles de cinéma ainsi que de ce que nous désignons comme l'*expérience du cinéma en salle* en tant qu'*expérience hétérotopique du cinéma*.

Les salles de cinéma sont conçues comme une composante essentielle d'une authentique expérience spectatorielle du cinéma : les théories du dispositif ou du signifiant imaginaire, interrogeant d'abord la posture psychique du sujet-spectateur, intègrent dans leurs modèles théoriques les conditions de la projection en salle comme contexte essentiel à l'atteinte d'un « état filmique »; Barthes « ne [peut] jamais, parlant cinéma, [s]'empêcher de penser "salle",

plus que “film<sup>1</sup>” »; dans l’approche sémio-pragmatique de Roger Odin les salles de cinéma sont conçues comme le site institutionnalisé du cinéma de fiction; selon Robert Allen l’expérience du cinéma en salle n’a plus la même portée sociale depuis l’apparition de l’enregistrement sur vidéocassette et appartient ainsi à l’ère révolue de la *moviegoing epoch*. Selon Kevin J. Corbett, l’industrie du cinéma est encore loin de délaisser le modèle d’exploitation en salle qui conserve une force symbolique dans la définition populaire du cinéma, et ce, malgré l’apparente concurrence d’autres modalités de consommation d’images animées. Le travail de Barbara Klinger autour du cinéma maison vise justement à remettre en question la force vive de cette conception des salles de cinéma comme composante essentielle de l’expérience filmique qui attribue ainsi une valeur expérientielle moindre aux autres modalités de consommation d’images animées. Bref, un ensemble d’approches théoriques, historiographiques et critiques se fondent sur cette conception des salles de cinéma comme composante essentielle d’une expérience cinématographique authentique, mais chacune de celles-ci conçoit aussi ce type de site d’exploitation comme objet d’une relation qui le définirait de manière simple : en tant que contexte transparent de l’état psychique du sujet-spectateur; comme objet de fétichisme cinéphilique; comme cadre institutionnel du cinéma de fiction; comme contexte quotidien d’interactions sociales; comme modèle commercial et comme moyen technologique idéalisés de la réception et de l’exploitation cinématographiques; comme véhicule d’un discours industriel et scientifique discriminant d’autres modalités de consommation d’images animées.

En prenant les salles de cinéma comme point de départ d’une étude de la complexité de l’expérience spectatorielle du cinéma, on constate qu’elles sont à la fois toutes ces choses – et d’autres encore –, ce qui nous incite à en réorganiser notre compréhension, à les étudier en tant que composantes du cinéma comme système médiatique ouvert. Lorsque mobilisé au sein de ce complexe médiatique, ce type de modalité de consommation d’images animées donne lieu à ce que nous désignons comme l’*expérience du cinéma en salle*, constitué de l’ensemble des formes de médiation produites sur le site d’exploitation et qui a notamment pour fin la production d’effets sensoriels, d’affects, de relations interpersonnelles, de formes de socialité en plus de la production de signification ou de plaisir esthétique à partir de l’interprétation du

---

<sup>1</sup> Roland Barthes, « En sortant du cinéma ». *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975, p. 104.

texte filmique projeté. L'agencement caractéristique des composantes du système médiatique qui donne lieu à l'expérience du cinéma en salle confère également au site d'exploitation filmique le statut d'un espace social distinct qui l'instaure comme emplacement tiers permettant la médiation entre mondes fictifs et espace public. L'ensemble des effets de médiation ainsi attribués aux salles de cinéma ne regroupe pas des propriétés qui définiraient les fonctions essentielles du cinéma en salle comme média, mais rassemble plutôt des attributs culturels et théoriques qui permettent de définir, en fonction d'un contexte sociohistorique donné, un agencement de type hétérotopique des composantes et paramètres constitutifs de l'expérience du cinéma en salle et, en conséquence, qui permet de déterminer la nature de la médialité qui lui est conférée. Présentes dans toutes les cultures, les hétérotopies – telles que décrites par Michel Foucault dans une conférence prononcée en 1968<sup>2</sup> et publiée plus de quinze ans plus tard – constituent des emplacements matériels de caractère utopique dont la fonction par rapport aux autres espaces de la culture où ils se situent se détermine et se transforme de manière synchronique. Ces emplacements superposent des espaces contradictoires, marquent une rupture avec le temps réel et constituent des lieux clos, mais accessible sous certaines conditions. La force institutionnelle du cinéma en salle a fait en sorte durant une partie du 20<sup>e</sup> siècle d'assurer la relative stabilité d'une certaine forme d'agencement hétérotopique de ses composantes et paramètres systémiques, mais il demeure que le cinéma, en tant que système médiatique complexe et ouvert, a connu et connaît des transformations constantes et que les salles de cinéma ont par le fait même été historiquement exposées à un processus constant de redéfinition de la nature de la médialité qui leur a été conférée. Ainsi, de la même façon, les hétérotopies peuvent constituer une forme institutionnelle relativement stable au cours d'une certaine période de temps – parmi d'autres exemples d'institutions sociales Foucault désigne notamment la prison comme emplacement hétérotopique –, mais elles dépendent également de la fonction qui leur est synchroniquement attribuée, de leur rapport avec un contexte socioculturel historiquement déterminé et peuvent donc connaître une forme changeante, en constante transformation.

---

<sup>2</sup> Michel Foucault, « Des espaces autres » [1984]. Dans Daniel Defert et François Ewald (dir.), *Dits et écrits. 1954-1988*, tome IV, « 1980-1988 », Paris : Gallimard, 2004, p. 752-762.

Les salles de cinéma, en tant que site institutionnel de la consommation cinématographique, ont constitué une composante du cinéma comme système médiatique ayant grandement contribué à la stabilité de son organisation systémique durant une majeure partie du 20<sup>e</sup> siècle en Occident. Ce type de site d'exploitation a effectivement permis de maintenir à l'état stable une certaine forme d'expérience du cinéma en salle c'est-à-dire notamment à conditionner ou instaurer une certaine modalité de consommation filmique, à instaurer certaines formes de socialité et une posture particulière de réception ainsi qu'à standardiser le mode de commercialisation des films. Il a aussi fait en sorte de cristalliser le rapport entre cinéma institutionnel et films de fiction, entre cinéma en salle et espace de communication fictionnelle. À titre de composantes d'un système ouvert, les salles de cinéma en tant que siège institutionnel permettent donc de stabiliser l'organisation et les interrelations des éléments systémiques afin de favoriser l'adoption partagée par tous les actants de la communication des conditions de réalisation d'une forme d'hétérotopie correspondant à l'espace de la fictionnalisation. Cela n'empêche pas toutefois que ce type de site d'exploitation soit également l'emplacement possible où se réalisent d'autres formes d'espaces de communication ou d'hétérotopies. Les salles de cinéma ont toujours été exposées – dépendant des usages qu'en font les spectateurs ou des transformations que les différents acteurs de l'industrie cinématographique ont pu leur apporter – à une redéfinition de leur médialité, à un détournement de leurs fonctions institutionnelles. En d'autres mots, une forme d'institutionnalisation a permis de conférer aux salles de cinéma, durant une certaine période historique, des effets de médiation précis permettant ainsi de favoriser – sans imposer – l'atteinte d'un certain accord entre les différents usagers de ce type de site d'exploitation : les spectateurs peuvent aligner leur posture sur celle prescrite par l'institution cinématographique et les différents acteurs de l'industrie cinématographique peuvent ainsi fixer avec plus de confiance leurs stratégies de commercialisation en fonction du contexte institutionnel de présentation du cinéma en salle.

Selon l'approche théorique ou historiographique adoptée ou le contexte socioculturel et historique dans lequel on se situe, les salles de cinéma peuvent être caractérisées par des effets de médiation divers et parfois même contradictoires : elles assurent pour certains la transparence médiatique du cinéma et l'impression d'immédiateté qu'on lui associe; elles

constituent pour d'autres un des objets premiers d'une expérience spectatorielle authentique du cinéma comme média opaque c'est-à-dire, par exemple, en tant qu'expérience d'un événement social, ou encore, en tant qu'épreuve sensible de la matérialité du site d'exploitation et des effets sensoriels de son appareillage technique. Il se dégage toutefois de notre étude de ces différents types de discours certains principes d'une conception de la médialité du cinéma en salle telle qu'elle a pu se constituer dans le champ des études cinématographiques c'est-à-dire des salles de cinéma comme médium d'une expérience hétérotopique du cinéma. Nous détaillons d'abord dans les paragraphes qui suivent les effets de médiation qui ont permis de singulariser la forme institutionnelle de ce type de site d'exploitation pour ensuite nous intéresser à certaines formes de médialité, recoupant les différents discours étudiés, qui ne correspondent pas à la conception classique de l'institution du *cinéma en salle* – centrée sur la réception et l'interprétation filmique –, mais qui demeurent propres à ce que nous désignons comme l'*expérience hétérotopique du cinéma*.

L'agencement spatial des composantes matérielles et technologiques des salles de cinéma ainsi que l'effet de cette configuration sur le comportement et la posture des spectateurs constituent certaines des principales caractéristiques qui ont contribué à maintenir le statut institutionnel de ce type de site d'exploitation, mais aussi à procurer une expérience hétérotopique du cinéma. La disposition et l'aménagement des composantes de la salle de projection – c'est-à-dire la relation ternaire entre projecteur dissimulé, spectateur immobile et écran lui faisant face ainsi que l'obscurité de la salle – procurent, sur un mode symbolique, un effet de médiation de l'expérience du cinéma en salle c'est-à-dire que cet agencement prescrit un état spectatorial à privilégier et favorise en somme une impression d'immédiateté de l'objet de la représentation filmique. L'estompement et la dissimulation des procédés techniques qui caractérise un tel agencement des composantes médiatiques véhiculent explicitement une conception de la transparence médiatique du cinéma c'est-à-dire une conception culturelle et théorique voulant que tous les paramètres du contexte de réception (site d'exploitation, les autres spectateurs, etc.) et de production (prise de vue, montage, etc.) d'un texte filmique doivent s'effacer le mieux possible du champ perceptuel des spectateurs afin de leur procurer une impression d'immédiateté. S'il demeure incertain que cet agencement ait un effet objectif ou réel sur la posture spectatorielle (réalisant ainsi l'état psychique filmique dont il est

question dans les théories du dispositif et du signifiant imaginaire), son impact le plus manifeste se mesure par le caractère symbolique de son effet de médiation : il suscite *sur un mode imaginaire* une posture spectatorielle précise, par conditionnement institutionnel, c'est-à-dire un état qui dépend de la volonté de chaque spectateur individuel de s'y laisser aller, et ce, dans la mesure où il connaît et souhaite respecter les codes institutionnalisés du cinéma en salle. L'état d'omnipotence perceptuelle que procure l'agencement des composantes des salles de cinéma implique une conscience accrue du caractère imaginaire de l'expérience perceptive cinématographique tout en autorisant le sujet-spectateur à se constituer – toujours imaginairement – comme source symbolique ou imaginaire de la composition du signifié. Foucault fournit l'exemple d'une expérience comparable en décrivant l'aspect hétérotopique du miroir :

[...] le miroir existe réellement, et [...] il a, sur la place que j'occupe, une sorte d'effet en retour [...] il rend cette place que j'occupe au moment où je me regarde dans la glace, à la fois absolument réelle, en liaison avec tout l'espace qui l'entoure, et absolument irréaliste, puisqu'elle est obligée, pour être perçue, de passer par ce point virtuel qui est là-bas<sup>3</sup>.

Il n'est pas question dans cet appel à la figure du miroir, au contraire des approches psychanalytiques de Baudry et Metz, du rapport du percevant à sa propre image visuelle, mais plutôt de celui qu'il développe avec son propre *emplacement*. Ainsi, les salles de cinéma, comme le miroir, possèdent une incidence, en tant qu'hétérotopie, sur la posture des sujets qui occupent leur espace en lui conférant à la fois une place réelle – conscience de l'activité spectatorielle – et une place irréaliste – ce « point virtuel » que constitue la posture du sujet-spectateur. La posture spectatorielle qui caractérise cette expérience hétérotopique du cinéma ne se réalise toutefois pas au moyen de la reconnaissance des spectateurs de leur propre image visuelle, mais plutôt grâce aux effets de médiation sensorielle, relationnelle et symbolique du cinéma en salle (délimitation d'un champ perceptuel restreint, formes de sociabilité distanciée, pratique d'un espace autre, etc.) sur la conscience de leur emplacement hétérogène. Notons ici que si nous maintenons la conception théorique d'une posture spectatorielle institutionnalisée (une notion qui s'expose bien entendu à la critique historique), elle ne doit en aucun cas empêcher de concevoir les spectateurs comme acteurs constitutifs de l'expérience du cinéma en salle. L'agencement de ses composantes et paramètres ne possède pas un effet dominant sur

---

<sup>3</sup> Foucault, 2004, p. 756.

les spectateurs; cet effet dépend en quelque sorte du désir ou de la volonté des spectateurs de s'y conformer, de se laisser prendre par l'impression d'immédiateté. En ce sens, les spectateurs constituent eux-mêmes des composantes systémiques du cinéma en salle, c'est-à-dire que la réalisation d'un tel événement et la forme singulière qu'il prendra dépendent de la nature des interrelations complexes entre les spectateurs et l'ensemble des autres composantes et paramètres qui le constitue. La conception d'une posture spectatorielle institutionnalisée constitue en ce sens la modélisation théorique d'un état vers lequel peuvent tendre les spectateurs qui occupent un site institutionnel d'exploitation du cinéma, mais qui n'est jamais réellement atteint et qu'on ne peut vérifier historiquement. La posture et le comportement qu'incite ainsi à adopter l'agencement des diverses composantes des salles de cinéma comme l'impression d'immédiateté qui peut en résulter correspondent à un effet de médiation imaginaire et symbolique qui caractérise ce type de site d'exploitation dans sa forme institutionnelle, mais qui n'affecte pas nécessairement toutes les formes d'expérience spectatorielle en salle, comme tentent de le démontrer les tenants de la New Cinema History par exemple, et comme il en sera question un peu plus loin dans ce chapitre.

La posture spectatorielle institutionnalisée qu'incite à adopter l'agencement de certaines composantes des salles de cinéma ne concerne pas directement la production de sens textuel – c'est-à-dire qu'elle affecte indirectement les processus d'interprétation des textes filmiques présentés en salle –, mais procure plutôt d'autres types d'effets de médiation. Il s'agit notamment d'effets de médiation sensorielle : durant la séance de projection, le champ de vision est réduit ou limité et l'environnement immédiat ou direct des spectateurs s'estompe dans l'obscurité de la salle. L'agencement des composantes des salles de cinéma a aussi des effets de médiation relationnelle ou interpersonnelle : il a pour incidence de réduire chez chaque spectateur individuel la conscience de la présence des autres spectateurs en salle en incitant chacun de ceux-ci à diminuer au strict minimum leurs interactions entre eux. Chaque spectateur abaisse alors volontiers ses propres défenses identitaires se sachant exposé mais indifférent au regard des inconnus qui l'entourent. Si les effets de médiation sensorielle ou relationnelle produits par l'agencement hétérotopique des composantes de la salle de projection visent aussi à procurer aux spectateurs une posture favorable aux processus de fictionnalisation et à stabiliser l'organisation d'une forme institutionnalisée du cinéma comme

système médiatique, ils peuvent également, comme nous le verrons un peu plus loin, constituer en eux-mêmes une finalité ou un attrait de l'expérience du cinéma en salle, et ce, dans la mesure où les spectateurs sont imprégnés d'une conception de l'opacité médiatique du cinéma en salle.

Les effets de médiation sensorielle et relationnelle qui résultent de l'agencement des composantes et paramètres constitutifs du cinéma en salle ont pour conséquence générale d'instaurer sur le mode imaginaire et symbolique les salles de cinéma comme espace tiers, c'est-à-dire comme un espace qui n'appartient ni à la réalité sociale de la vie courante ni aux mondes imaginaires que représente la fiction filmique, mais qui permet plutôt, à la manière d'une hétérotopie, « de juxtaposer en un seul lieu réel plusieurs espaces, plusieurs emplacements qui sont en eux-mêmes incompatibles<sup>4</sup>. » Cette superposition d'emplacements contradictoires nécessite la médiation d'un espace tiers, d'un emplacement réel qui permet une telle coexistence symbolique. Tout d'abord, l'espace fictif représenté par le film se superpose de manière contradictoire tant à l'espace de l'écran qu'à celui de la salle de projection, comme le remarque lui-même Foucault : « [...] c'est ainsi que le cinéma est une très curieuse salle rectangulaire, au fond de laquelle, sur un écran à deux dimensions, on voit se projeter un espace à trois dimensions<sup>5</sup> ». Comme nous l'avons vu, l'agencement des composantes des salles de cinéma et un certain code de conduite sociale contribuent à une mise en scène – sur le mode de la distanciation – de la séparation absolue entre l'espace des spectateurs et l'espace du monde diégétique représenté par le film projeté. Ces mêmes paramètres – agencement complexe des composantes des salles de cinéma et code de conduite institutionnel – procurent une autre forme de distanciation distinguant l'espace de l'expérience du cinéma en salle de celui de la vie publique et sociale dont les spectateurs font plus directement l'expérience à l'extérieur de l'enceinte du site d'exploitation. Ces effets de distanciation, plutôt que de provoquer une véritable rupture entre différents espaces, mettent en valeur la superposition ou la juxtaposition de ces différents emplacements sur le site d'exploitation. Ce statut d'espace tiers constitue également un aspect de la médialité des salles de cinéma qui a permis de stabiliser une certaine forme d'institution cinématographique en favorisant la réalisation d'un

---

<sup>4</sup> Foucault, 2004, p. 758.

<sup>5</sup> *Ibid.* La temporalité propre à la diégèse filmique provoque également une autre forme de rupture avec le temps « réel » que Foucault désigne comme « hétérochronie », *Ibid.*, p. 759.



espace de communication fictionnelle tout en procurant d'autres formes d'expérience spectatorielle qui ne correspondent pas nécessairement à cette conception institutionnelle du cinéma en salle.

Le chercheur en architecture Amir Ameri a relevé dans ses écrits sur les transformations architecturales historiques des salles de cinéma cette institutionnalisation d'un espace autre<sup>6</sup>. De nombreux autres aspects de l'agencement hétérotopique des diverses composantes systémiques des salles de cinéma que celles relevées dans l'étude des théories du dispositif et du signifiant imaginaire par exemple sont exposées dans les écrits de ce chercheur pour démontrer le rôle des différentes structures architecturales de ce type de site d'exploitation dans l'institution d'un espace tiers au moyen d'un effet de juxtaposition d'emplacements incompatibles : dans la salle de projection, la localisation de l'entrée sur le mur opposé à celui où se trouve l'écran instaure symboliquement la distance la plus longue entre le monde extérieur et le monde de la représentation filmique; les façades extérieures, soit exubérantes et spectaculaires ou au contraire dissimulées et discrètes, marquent une séparation franche entre la rue et l'intérieur d'un site d'exploitation; la traversée obligée d'un certain nombre de différents seuils et pièces (le hall, la billetterie, le foyer, l'entrée en salle, etc.) procure l'expérience symbolique d'un passage vers un espace distinct du réel, mais à la frontière du monde imaginaire représenté par le texte filmique. Comme paramètres de l'agencement des composantes du site d'exploitation, l'architecture et l'aménagement des salles de cinéma procurent ainsi des effets de médiation sensorielle, une expérience sensible du passage vers un espace tiers, situé entre réalité et imaginaire. Le site d'exploitation expose et matérialise en quelque sorte la séparation et la contradiction entre mondes réel et imaginaire, mais au moment de son occupation spectatorielle il permet, sur le mode hétérotopique, de situer dans un lieu réel la juxtaposition de ces différents emplacements contradictoires.

Un autre aspect de l'agencement des composantes et paramètres constitutifs de l'expérience du cinéma en salle se manifeste sur les modes relationnel et interpersonnel : les comportements institutionnalisés des spectateurs contribuent à une mise en scène – sur le mode de la distanciation – d'une séparation symbolique instituant le site d'exploitation comme un espace

---

<sup>6</sup> Nous référons les lecteurs à deux de ses articles sur le sujet : Amir Ameri, « Imaginary Placements: The Other Space of Cinema ». *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 69, n° 1, 2011, p. 81-91; « The Architecture of the Illusive Distance ». *Screen*, vol. 54, n° 4, hiver 2013, 439-462.

public et social distinct. Si la sortie au cinéma peut s'inscrire dans le quotidien comme activité sociale, elle en constitue une d'un caractère qui se distingue des autres activités courantes de la vie en société. À l'image des hétérotopies, un comportement institutionnel et implicite est prescrit à chacun des spectateurs à l'entrée sur le site :

Les hétérotopies supposent toujours un système d'ouverture et de fermeture qui, à la fois, les isole et les rend pénétrables. En général, on n'accède pas à un emplacement hétérotopique comme dans un moulin. [...] il faut se soumettre à des rites et à des purifications. On ne peut y entrer qu'avec une certaine permission et une fois qu'on a accompli un certain nombre de gestes<sup>7</sup>.

Les spectateurs doivent donc respecter un certain code de conduite institutionnel s'ils souhaitent s'assurer que leur *expérience du cinéma en salle* puisse correspondre à leurs attentes c'est-à-dire, toujours dans le cas précis du cinéma institutionnel voué à l'espace de la communication fictionnelle, qu'ils puissent éprouver une impression d'immédiateté et se laisser aller au rythme du récit filmique. L'adoption de cette posture et de ce comportement ne correspond pas à une simple soumission aux commandes institutionnelles (comme pouvaient le laisser croire les théories du dispositif et du signifiant imaginaire par exemple). Elle se produit plutôt au profit de chacun des spectateurs, et a pour fin une forme de « jeu de rôle », et ce, d'une manière qui s'apparente à la pratique de l'espace qui caractérise l'usage des non-lieux selon Marc Augé :

[...] l'espace du non-lieu délivre celui qui y pénètre de ses déterminations habituelles. Il n'est plus que ce qu'il fait ou ce qu'il vit comme passager, client, conducteur. Peut-être est-il encore encombré par les soucis de la veille, déjà préoccupé du lendemain, mais son environnement du moment l'en éloigne provisoirement. Objet d'une possession douce, à laquelle il s'abandonne avec plus ou moins de talent ou de conviction, comme n'importe quel possédé, il goûte pour un temps les joies passives de la désidentification et le plaisir plus actif du jeu de rôle<sup>8</sup>.

Comme nous l'avons vu, ce comportement institutionnel n'est pas seulement de mise durant la projection d'un film en salle, mais aussi tout au long de l'occupation du site d'exploitation. En fait, comme l'architecture et l'aménagement des salles de cinéma sont conçus en tant que

---

<sup>7</sup> Foucault, 2004, p. 760.

<sup>8</sup> Marc Augé, *Non-lieux : Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris : Éditions du Seuil, coll. « La librairie du XXIe siècle », 1992, p. 129. Les non-lieux se comparent de la notion d'hétérotopie dans la mesure où, en tant que lieux de transit et de circulation des individus, ils peuvent constituer le site d'une juxtaposition d'emplacements contradictoires et de rupture temporelle, dont l'accès est contrôlé et qui nécessite le respect de certaines conditions afin d'en assurer la fonction. Augé associe ce type d'emplacement à ce qu'il désigne comme la surmodernité contemporaine et, en ce sens, toutes les hétérotopies ne correspondent pas aux non-lieux.

passage vers un espace autre, l'adoption d'un comportement approprié et d'une posture institutionnalisée contribue également à instaurer le site public de l'exploitation du cinéma comme espace social tiers.

En tant que site d'exploitation commerciale, les salles de cinéma sont aussi caractérisées par un modèle de transaction possédant des effets de médiation d'ordre économique qui contribuent à l'impression d'un espace tiers, c'est-à-dire d'un site imaginaire et symbolique produisant une forme propre de socialité et de rapport au réel et à la fiction. Dans les faits, l'achat d'un ticket d'entrée ne correspond pas à une transaction concernant le film qui sera consommé, mais plutôt à un accès à une salle de cinéma, au droit de s'y trouver et d'assister à une projection. La conséquence la plus concrète de cette logique d'échange commercial est le fait que le prix d'entrée en salle est de manière générale indépendant des films qui y sont présentés, mais qu'il correspond plutôt à la qualité de l'expérience spectatorielle qu'un site d'exploitation est attendu de procurer. Faisant ainsi des salles de cinéma un espace clos dont l'entrée est littéralement contrôlée, le passage par la billetterie constitue un seuil séparant un espace public et social plus libre et aléatoire situé à l'extérieur du site d'exploitation et un autre espace public et social, situé à l'intérieur de son enceinte, où les spectateurs sont incités à adopter une posture spectatorielle imaginaire et à respecter un certain type de comportement assurant une forme de distance dans les rapports interpersonnels. Selon Ameri, le rituel commercial de l'achat d'un ticket d'entrée a pour fonction – tout comme l'aménagement et l'architecture des salles de cinéma en général – de départir l'expérience du réel de celle de l'imaginaire. Il explique l'importance symbolique de la transaction que constitue l'achat d'un ticket d'entrée dans cette partition :

To enter the movie theater, then and since, one has had to exchange currency first at the border. Beyond the ticket booth, only the ticket, as substitute money, could secure one's entry. [...] If the logic of money is logged in exchange of value, this logic is suspended, in a sense, at the point of entry into the movie theater<sup>9</sup>.

Ameri ajoute ensuite que le contrôle du ticket effectué par l'ouvreur implémente ce processus et invalide en quelque sorte la valeur marchande du ticket. En instituant un site où l'autorité de l'économie de marché est temporairement suspendue, ce processus d'échange expose la contradiction entre espace réel et imaginaire du site d'exploitation tout en en constituant un

---

<sup>9</sup> Ameri, 2011, p. 86.

point de contact matériel et symbolique. En d'autres termes, le ticket constitue le contrat qui caractérise également la notion de non-lieu et il implique donc l'accord tacite de chacun des spectateurs de se conformer comme les autres au mode d'emploi du site d'exploitation – ou, en quelque sorte, de performer les « rites » donnant accès à l'hétérotopie –, c'est-à-dire de maintenir une forme de sociabilité distanciée et de concevoir les salles de cinéma comme espace autre afin de faire l'expérience hétérotopique du cinéma.

Si l'instauration d'un espace architectural, social et économique distinct peut favoriser l'adoption d'une posture spectatorielle propre à l'espace de la communication fictionnelle – en d'autres mots, si un tel espace contribue aux conditions de l'identification cinématographique primaire selon Metz ou au processus de fictivisation selon Odin –, il procure parallèlement un effet de médiation relationnelle propre, une incidence sur les relations interpersonnelles, qui peut constituer l'objet premier de l'expérience spectatorielle. Les salles de cinéma institutionnelles procèdent d'une économie particulière alliant l'activité courante ou quotidienne à l'expérience de l'extraordinaire et de l'imaginaire ce qui explique que la sortie au cinéma s'inscrive souvent dans le cadre d'une pratique sociale (sortie en famille, entre amis, en couple, etc.), mais que les rapports interpersonnels y soient à la fois momentanément suspendus ou, du moins, réduits. Ainsi, les salles de cinéma entretiennent une forme de socialité spécifique, et ce, à la manière des non-lieux qui « médiatisent tout un ensemble de rapports à soi et aux autres qui ne tiennent qu'indirectement à leurs fins : comme les lieux anthropologiques créent du social organique, les non-lieux créent de la contractualité solitaire<sup>10</sup>. » En d'autres mots, au-delà de sa fonction orientée vers la fictionnalisation ou l'atteinte d'un état filmique, la socialité distincte des salles de cinéma repose sur la préservation d'une forme d'expérience spectatorielle individualisée et autoréflexive dans un commun accord conclu sur le mode contractuel à l'entrée sur le site. Dans cet ordre des choses propre au non-lieu, « la position du spectateur constitu[e] l'essentiel du spectacle, comme si, en définitive, le spectateur en position de spectateur [est] à lui-même son propre spectacle<sup>11</sup>. » Cette posture est comparable à celle décrite par Metz – où le sujet-spectateur se situe à l'emplacement symbolique et imaginaire d'une origine unique du signifiant

---

<sup>10</sup> Augé, 1992, p. 119.

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 110.

cinématographique –, mais elle est orientée vers un autre type de médiation de nature sociale et interpersonnelle : chacun des spectateurs s'identifie lui-même comme sujet et comme objet de sa propre expérience relationnelle ou, en d'autres mots, leur pratique spectatorielle individuelle et autoréflexive devient elle-même un attrait de la sortie au cinéma.

La forme de socialité distincte produite en salle de cinéma et tout particulièrement l'aspect solitaire des formes de sociabilité qui la caractérise ne signifie pas que l'expérience du cinéma en salle correspond à une pratique individualiste que certains pourraient voir comme une mise en péril du tissu social : l'expérience de la sortie au cinéma s'articule plutôt comme pratique institutionnalisée au sein de la vie en société et des communautés qui se forment entre autres au moyen de la fréquentation de ce type de site d'exploitation. En fait, à la manière des hétérotopies, les salles de cinéma offrent un reflet symbolique matérialisé et localisé, tantôt critique tantôt utopique, de certains aspects de la société à laquelle elles participent. Leur aménagement, leur localisation géographique ou les méthodes de gestion de leurs exploitants peuvent constituer, comme cherchent à le démontrer les historiographes de la New Cinema History, des aspects des salles de cinéma qui reflètent le fonctionnement d'une société ou d'une communauté ou tentent d'en compenser les travers :

[...] le dernier trait des hétérotopies, c'est qu'elles ont, par rapport à l'espace restant, une fonction. Celle-ci se déploie entre deux pôles extrêmes. Ou bien elles ont pour rôle de créer un espace d'illusion qui dénonce comme plus illusoire encore tout l'espace réel, tous les emplacements à l'intérieur desquels la vie humaine est cloisonnée. [...] Ou bien, au contraire, créant un autre espace, un autre espace réel, aussi parfait, aussi méticuleux, aussi bien arrangé que le nôtre est désordonné, mal agencé et brouillon. Ça serait l'hétérotopie non pas d'illusion mais de compensation [...]<sup>12</sup>.

Si l'expérience spectatorielle du cinéma en salle ne constitue pas en elle-même une activité de socialisation active, elle produit une forme de socialité qui, en raison de la fonction hétérotopique des salles de cinéma, procure une expérience réflexive qui est propre à chaque spectateur individuel comme à chacune des collectivités qui en fait usage et qui ont intégré ce type de modalité de consommation d'images animées dans leur quotidien.

Ainsi, si les salles de cinéma ont constitué une composante stabilisant l'institution cinématographique, leur médialité, n'étant jamais complètement définie et arrêtée, ne se limite pas à la production d'un espace de communication fictionnelle : les salles sont notamment le

---

<sup>12</sup> Foucault, 2004, p. 761.

site de médiations sensorielles et relationnelles qui peuvent devenir l'objet premier de l'expérience spectatorielle. La complexité de l'expérience du cinéma en salle se conçoit ainsi comme système ouvert qui n'est pas régi ni orienté vers une fin unique – les processus de fictionnalisation, par exemple –, mais qui est plutôt animé par les différents types d'interrelations entre les composantes ou paramètres constitutifs des salles de cinéma et leurs usagers. Ce tissu de rapports entre différentes composantes du cinéma comme système médiatique peut ainsi donner lieu à une expérience du cinéma en salle particulièrement complexe puisqu'elle peut notamment se caractériser par la réalisation simultanée de différents espaces de communication juxtaposés.

La nature de la médialité des salles de cinéma, en tant que composante complexe du cinéma comme système médiatique ouvert, est également exposée à des reconfigurations considérables. Ces transformations témoignent de l'effacement complet de certains aspects de leur médialité ayant été dominants en d'autres circonstances sociohistoriques. Il s'agit par exemple de ce type de transformation qui fait redouter à Odin la dissipation de l'espace de communication fictionnel au profit de ce qu'il désigne comme le mode de production de sens énergétique. Dans ce cas précis, des effets de médiation sensorielle prennent une place dominante dans l'expérience spectatorielle au point où ils entravent des processus de fictionnalisation tel que la fictivisation. L'épreuve sensible de ces effets de médiation rappelle avec force aux spectateurs leur présence en salle de cinéma et rend ainsi pratiquement impossible la création d'une posture d'énonciataire fictif. Cette redéfinition de l'expérience du cinéma en salle possède également des effets sur les rapports interpersonnels puisque, de l'avis d'Odin, une forme de communion entre les spectateurs serait en voie de se développer au moment de la projection filmique. Par ailleurs, en plus de l'adaptation formelle des textes filmiques à ce mode de production de sens énergétique (qui correspond à ce que l'on désigne dans l'industrie comme des *blockbusters*), l'ajout de technologies spectaculaires (l'élargissement des écrans, les technologies stéréoscopiques, le rehaussement des systèmes de sonorisation, l'ajout de sièges vibrants, etc.) permet de mettre l'accent sur les effets de médiation sensorielle dans l'expérience du cinéma en salle. Les responsables de telles transformations de certaines composantes ou de certains paramètres de ce type d'expérience (texte filmique, aménagement et agencement des composantes matérielles et techniques des

salles de cinéma) sont en fait les différents acteurs de l'industrie ou de l'institution du cinéma (producteurs et réalisateurs de films, distributeurs, exploitants, etc.) et il s'agit donc des façons dont ils peuvent intervenir et faire usage des salles de cinéma dans le cadre de leurs pratiques commerciales. Les spectateurs occupent toutefois un rôle tout aussi considérable dans l'instauration d'une forme ou l'autre de médialité des salles de cinéma. Comme l'indique Odin dans son étude des modes de production de sens énergétique, l'horizon d'attente des spectateurs vis-à-vis de l'expérience spectatorielle en salle s'est transformé, notamment depuis l'arrivée de la télévision, mais aussi depuis celle d'autres modalités de consommation d'images animées. Le poids de cette nouvelle demande serait ainsi en voie depuis quelques décennies de faire fléchir les méthodes de production industrielle et les stratégies de distribution ou d'exploitation vers l'adoption de nouvelles pratiques redéfinissant leur conception de l'expérience du cinéma en salle. Pour reprendre le vocabulaire Michel de Certeau autour de sa conception théorique des « arts de faire », des *usages tactiques* – les nouvelles pratiques spectatorielles – se régularisent et deviennent une forme d'*usage stratégique* du site d'exploitation du cinéma – les nouvelles pratiques industrielles en voie de se standardiser<sup>13</sup>. L'étude d'Odin sur le mode de production de sens énergétique ne constitue ici qu'un exemple de la façon dont, premièrement, l'*expérience du cinéma en salle* peut être comprise comme composante complexe, en constante redéfinition, du cinéma comme système médiatique ouvert et, deuxièmement, comment sont conférées aux salles de cinéma différentes formes de médialité qui changent et se redéfinissent constamment selon le contexte historique et socioculturel de chaque occurrence de l'*expérience hétérotopique du cinéma*.

La conception des salles de cinéma en tant composante du cinéma comme système médiatique ouvert permet en ce sens d'aborder la complexité des crises identitaires du média cinématographique. Un grand nombre de transformations technologiques jalonne la relativement courte histoire du cinéma qui a vu son statut institutionnel menacé à maintes reprises. La question du passage au cinéma sonore peut par exemple prendre une toute nouvelle dimension si l'on se penche, comme le fait notamment Ameri, sur les rapports et les

---

<sup>13</sup> L'historien et philosophe qualifie d'usage tactique une pratique qui s'approprie les stratégies institutionnelles pour mieux les déjouer. Voir Michel de Certeau. *L'invention du quotidien*, 1, *Arts de faire* [1980]. Paris : Gallimard, 1990.

effets qu'a pu avoir cette innovation technologique sur l'aménagement des salles de cinéma<sup>14</sup>. En ce sens, la perspective qu'ouvre la notion d'*expérience hétérotopique du cinéma* permet de penser ces transformations technologiques et architecturales en fonction du rapport synchronique entre l'hétérotopie des salles de cinéma et les autres emplacements qui constituent la culture dans laquelle elles se situent. Puisque les hétérotopies ont pour fonction d'offrir un reflet soit illusoire et critique, soit compensatoire et utopique aux sociétés qui les ont conçues, il serait intéressant de voir comment les salles de cinéma, au cours de leur courte histoire, ont pu offrir le reflet symbolique de l'état des sociétés et communautés au sein desquelles elles ont été intégrées. La conception architecturale et l'aménagement des multiplexes, par exemple, témoignent, comme le rapporte le chercheur en études urbaines Phil Hubbard, à la fois d'un souci de rehausser l'aspect spectaculaire (ou énergétique, si l'on reprend le lexique d'Odin) de l'expérience spectatorielle en salle et de la volonté d'offrir un environnement en apparence sécuritaire et réconfortant, et ce, afin de répondre aux angoisses que procurent dans certaines communautés les risques perçus et la désorganisation apparente de la vie urbaine contemporaine<sup>15</sup>. Certains, comme Miriam Hansen, ont par ailleurs exposé comment les rapports sociaux troublés par la formation d'une nouvelle « public sphere » dans les grands centres urbains peuvent expliquer en partie l'attrait et l'émergence de différents modes d'exploitation commerciale du cinéma au début du 20<sup>e</sup> siècle<sup>16</sup> : quelle fonction sociale pouvait avoir alors un site d'exploitation comme les *nickelodeons* ou les *picture palaces* dans les années 1920, dont la conception architecturale et l'aménagement tranchent distinctement de ceux des multiplexes, mais dont le rôle a pu être tout aussi marquant dans l'adaptation au train de vie des grandes villes du 20<sup>e</sup> siècle et aux différentes conséquences de l'industrialisation accélérée des sociétés occidentales? Ces quelques enjeux succinctement

---

<sup>14</sup> Selon le chercheur en architecture, l'abandon du modèle architectural des *picture palace* à la suite de l'arrivée massive du cinéma sonore ne correspond en rien à la nécessité de rehausser les qualités acoustiques de l'auditorium : en fait, elles auraient été atténuées dans les nouveaux types de salles conçues au cours des années 1930. Voir Ameri, 2013, p. 451.

<sup>15</sup> Voir Phil Hubbard, « Fear and Loathing at the Multiplex: Everyday Anxiety in the Post-industrial City ». *Capital & Class*, vol. 27, n° 2, été 2003, p. 51-75 et Charles Acland, *Screen Traffic. Movies, Multiplexes, and Global Culture*, Durham : Duke University Press, 2003. Voir également Simon Thibodeau, « Aller au cinéma. Fuite hors de la ville et accompagnement distancié sur le site du multiplexe ». En ligne, *Synoptique*, vol. 2, n° 2, automne 2013, p. 54-79, [synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23](http://synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23). Consulté le 20 avril 2015.

<sup>16</sup> Miriam Hansen, « Early Cinema, Late Cinema: Permutations of the Public Sphere ». *Screen*, vol. 34, n° 3, automne 1993, 197-210; Miriam Hansen, *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*, Cambridge (MA) et Londres : Harvard University Press, 1991.



présentés démontrent combien, les salles de cinéma constituent un objet d'étude qui permettrait d'élargir le champ d'action respectif des différents discours théoriques et historiographiques inscrits dans le cadre des études cinématographiques. La conception complexe que nous avons reconstituée ici permet, lorsqu'on l'appuie également sur l'apport d'autres disciplines, d'ouvrir le champ de recherche des études cinématographiques à des objets jusqu'ici ignorés ainsi que de porter un regard nouveau sur des thèmes de recherche classiques dont la complexité et la richesse restent encore à mettre en valeur.

## CONCLUSION

L'hypothèse formulée en début de parcours nous a offert l'occasion de revisiter un ensemble représentatif d'approches théoriques et historiographiques de l'expérience spectatorielle et de la réception du cinéma. Au terme de notre étude, nous faisons le constat suivant : la conception théorique du rapport spectatorial aux images animées du cinéma, dans le cadre des études cinématographiques, est déterminée par le contexte spécifique de l'exploitation et de la consommation du cinéma en salle et par une certaine conception de la médialité de l'*expérience du cinéma en salle*. L'état filmique analysé par Christian Metz et Jean-Louis Baudry résulte des effets de médiation des composantes de ce type de site d'exploitation : le projecteur, l'écran, le sujet-spectateur et l'obscurité ambiante de la salle. Si la sémiopragmatique constitue un outil théorique permettant l'étude de différents contextes de réception d'images animées, nous avons démontré comment Roger Odin, qui a également consacré une large partie de son œuvre scientifique à l'étude de la communication fictionnelle, conçoit les salles de cinéma non seulement comme site institutionnel de la présentation de films de fiction, mais également comme modalité de consommation filmique « de base » à partir de laquelle il peut mobiliser l'analyse d'autres modalités comme la présentation domestique du cinéma de famille ou la réception télévisuelle. Les historiens de la New Cinema History cherchent pour leur part à exposer plus systématiquement d'autres modes de consommation et d'exploitation du cinéma, mais leur démarche se fonde, comme en témoignent les écrits de Robert C. Allen et Richard Maltby, sur la critique fondamentale de la concentration de l'historiographie classique du cinéma non seulement sur la consommation en salle, mais également d'une conception théorique de ce type de site d'exploitation qui se limite à définir le rapport des spectateurs aux images projetées. Ainsi, une large partie du corpus historique se consacre à la valorisation d'une histoire sociale et économique de l'exploitation du cinéma en salle, une modalité de consommation d'images animées qui aurait selon Allen déterminé durant près d'un siècle un paradigme prééminent de la réception filmique, la *moviegoing epoch*. Dans un cas comme dans l'autre, qu'un intérêt pour d'autres modes

d'exploitation d'images animées soit manifeste ou carrément absent, il nous est maintenant possible de confirmer que l'expérience du cinéma en salle constitue un fondement de la conception du rapport spectatorial aux images animées dans le cadre des études cinématographiques.

Nous constatons également en introduction à ce mémoire la rareté des analyses et modèles théoriques spécifiquement intéressés aux spécificités de l'expérience spectatorielle du cinéma en salle ou à la nature de la médialité des salles de cinéma. Certains champs de recherche s'inscrivant dans le cadre des études cinématographiques offrent des éléments d'analyse indirecte ou une conception partielle de tels enjeux comme le démontrent les différentes approches théoriques et historiographiques retenues pour notre étude. Non seulement les salles de cinéma y sont conçues comme composante essentielle ou majeure de l'expérience spectatorielle du cinéma, mais il apparaît après analyse que ces discours scientifiques attribuent à ce type d'exploitation filmique la fonction de composante constitutive du cinéma comme média. Qu'elles soient empreintes d'une conception de la transparence ou de l'opacité médiatique du cinéma, chacune de ces approches théoriques ou historiographiques confère de manière implicite une forme de médialité aux salles de cinéma et de manière générale à ce que nous désignons comme *l'expérience du cinéma en salle*.

L'appel aux concepts théoriques de la transparence et de l'opacité des médias permet d'exposer une problématique qui sous-tend toute notre démarche de recherche : dans le cadre des études cinématographiques, les différentes conceptions théoriques de l'expérience spectatorielle et de la réception du cinéma à partir desquelles des effets de médiation des salles de cinéma ont pu être identifiés dans ce mémoire constituent un ensemble hétérogène d'éléments souvent contradictoires. Ce constat a entraîné l'élaboration d'un cadre de compréhension complexe fondée sur une conception du cinéma comme système médiatique ouvert. La posture théorique que nous avons ainsi adoptée permet de situer les approches théoriques ou historiographiques retenues sur un même axe de pertinence c'est-à-dire selon leur conception de la médialité du cinéma en salle comme expérience spectatorielle en constante redéfinition et exposée à des variations de plus ou moins haut degré selon la synchronie propre à chaque occurrence historique d'une *expérience du cinéma en salle*. Dans la foulée, nous avons également proposé cette notion d'*expérience du cinéma en salle* afin de

définir un objet théorique qui conserve la complexité et l'ouverture de notre conception du cinéma comme système médiatique complexe tout en nous permettant d'en définir les limites nécessaires pour assurer que notre étude comporte un certain potentiel d'application concrète : nous nous sommes donc strictement intéressés aux effets de médiation et usages spectatoriels qui ont lieu sur toute l'étendue d'une salle de cinéma et sur toute la durée de son occupation spectatorielle.

À titre d'ensemble complexe et ouvert, *l'expérience du cinéma en salle* se détermine au moyen d'un large éventail d'effets de médiation potentiels dont l'incidence n'affecte pas seulement la nature du rapport des spectateurs aux images animées. Chaque spectateur constitue d'ailleurs un des objets premiers de ces effets de médiation du cinéma en salle. Si certains d'entre eux ont pour fonction de susciter, sur un mode symbolique ou imaginaire, l'état filmique que Baudry et Metz attribuent de manière questionnable à une posture psychique propre à l'expérience spectatorielle du cinéma, l'ensemble des effets de médiation attribués aux salles de cinéma n'ont pas pour conséquence unique de procurer cette seule posture chez les spectateurs, mais aussi des effets sensoriels (producteurs de sensations corporelles diverses ne servant pas l'interprétation d'un texte filmique), des effets relationnels (producteurs de rapports interpersonnels au sein d'un groupe de spectateurs) ou des effets sociaux (producteurs de cohésion ou de discrimination sociales par exemple). La complexité des interrelations entre les composantes et entre les différents participants de l'expérience du cinéma en salle dépend des nombreux effets de médiation auxquels celui-ci peut donner lieu. Le statut institutionnel du cinéma en salle a permis durant une certaine période historique de préserver la stabilité relative du cinéma comme système médiatique, de favoriser et de donner la préséance à un certain ensemble d'effets de médiation précis qui déterminent symboliquement l'état filmique institutionnel. Le complexe des composantes et des usagers du cinéma en salle a toutefois été exposé à diverses reconfigurations historiques, dépendant du contexte sociohistorique de chacune des occurrences d'une *expérience du cinéma en salle*, et à plusieurs transformations fondamentales, notamment à l'arrivée de nouvelles technologies, qui ont fait en sorte d'en redéfinir synchroniquement la nature de la médialité lui étant historiquement et culturellement attribuée.

L'ensemble des médiations symboliques des salles de cinéma confère à celles-ci une forme d'altérité qui les constitue comme site d'une pratique de l'espace distincte de celle qui caractérise la vie courante à celle se déroulant en-dehors de ses murs et que nous désignons comme *l'expérience hétérotopique du cinéma*. L'espace clos de ce type d'exploitation, son aménagement évoquant le passage de seuils vers un état filmique et le conditionnement institutionnalisé d'un comportement spectatorial particulier instaurent les salles de cinéma comme site de passage privilégié vers un espace diégétique imaginaire. Ce type de sites d'exploitation procure également aux spectateurs qui les occupent une posture autoréflexive. L'instauration d'un espace autre se réalise également en tant que forme singulière de socialité caractérisée par l'établissement d'un code de conduite implicite organisant les rapports interpersonnels sur le mode de la distanciation, et sur le mode économique, avec l'instauration du contrat qui scelle les conditions du déroulement de l'expérience du cinéma en salle au moment de l'achat et du contrôle d'un ticket d'entrée. Au-delà du seul renforcement que procure cette altérité des salles de cinéma comme emplacement institutionnel de l'imaginaire cinématographique, ce type de site d'exploitation permet de circonscrire une pratique qui, comme nous invite à le penser la notion d'hétérotopie, représente soit une critique de la société au sein de laquelle il s'inscrit, soit la représentation compensatoire d'un environnement dépourvu de maux dont cette même société juge être affligée.

Le choix des approches qui ont nourri notre enquête sur les formes de médialité attribuées aux salles de cinéma repose sur leur relative représentativité des différentes conceptions théoriques élaborées dans différents champs de recherche propres à la discipline des études cinématographiques, mais aussi sur le fait qu'elles s'intéressaient de manière relativement substantielle aux aspects matériels, techniques et symboliques des salles de cinéma. Il demeure sans doute d'autres approches à explorer au sein de la discipline, des théories moins courantes mais tout aussi pertinentes qu'il serait utile d'étudier afin de varier et élargir l'éventail des conceptions de la médialité des salles de cinéma et de l'expérience du cinéma en salle. Bien que nous nous soyons limités à l'étude d'un corpus théorique et historiographique principalement inscrit dans le cadre des études cinématographiques, il est également apparu utile d'exposer brièvement comment une approche interdisciplinaire pourrait hautement enrichir notre compréhension de l'expérience spectatorielle en salle en faisant intervenir les

écrits de chercheurs d'autres disciplines et notamment de la sociologie, de l'anthropologie, de l'architecture, de la philosophie.

Sur un plan historiographique, comme le démontre la productivité actuelle des historiographes se réclamant de la New Cinema History, il reste un vaste champ de l'histoire de l'exploitation et de la consommation du cinéma à étudier et à mettre en valeur. En effet, l'apport des études cinématographiques demeure bien restreint et insuffisant pour bien comprendre toute la complexité de l'expérience historique du cinéma en salle. Au-delà des cas étudiés qui sont situés historiquement, géographiquement et culturellement de manière précise et limitée, il existe une variété de types de salles, de différents usages spectatoriels de ces salles et de différentes pratiques d'exploitation qu'il devient tout d'abord pressant de rapporter et d'interpréter, mais aussi d'étudier selon leur rôle dans la définition synchronique de l'*expérience hétérotopique du cinéma*. En effet, comme Robert C. Allen le soutient pour expliquer le peu d'intérêt porté à l'*experience of cinema* dans le cadre des études cinématographiques, la nature de l'activité historique de consommation et d'exploitation du cinéma constitue un objet moins tangible et résolument moins objectivement conservé à travers le temps que celui des textes filmiques. Il demeure que, comme il en a été question dans ce mémoire, l'architecture et l'aménagement des salles, leur emplacement géographique, les pratiques de gestion de leurs exploitants, les discours promotionnels de l'industrie du cinéma constituent, entre autres traces historiques, des éléments qui permettent de reconstituer l'histoire de cet objet d'étude intangible et historiquement instable de l'*expérience du cinéma en salle*.

Les questions soulevées autour de la transformation du rapport des spectateurs aux images animées apparemment provoquées par l'apparition de nouvelles modalités de consommation de ces différents types de textes et la propagation de leur usage dans toutes les sphères de la vie publique et privée constituaient l'intérêt initial de la recherche qui a mené à la rédaction de ce mémoire. Nous avons toutefois été pris par une question préliminaire qu'il nous a paru absolument nécessaire de résoudre en priorité : avant d'entreprendre une étude des effets de médiation, des usages de différents appareils et de l'épreuve sensible et symbolique de différents contextes de la consommation d'images animées, il faut bien décrire et comprendre les fondements théoriques qui supportent notre conception de l'expérience spectatorielle des

images animées. Sans prétendre avoir complètement résolu la question, nous considérons avoir accompli un pas dans cette direction en exposant toute l'incidence d'une conception du cinéma *en salle* sur l'élaboration de théories et d'histoires du cinéma dans le cadre des études cinématographiques. Nous avons aussi proposé quelques principes qui guident la conception de l'*expérience hétérotopique du cinéma* au sein de quelques-unes des approches les plus représentatives ou les plus influentes dans cette discipline. Nos conclusions offrent ainsi déjà un point d'appui qui pourra être utile à la comparaison entre l'expérience du cinéma en salle et celle que procure la réception d'images animées au moyen d'autres modalités de consommation ou d'exploitation : est-ce que la réception télévisuelle domestique privilégie le même type d'effets de médiation que le cinéma en salle? Est-ce que la consommation de vidéos en ligne constitue une pratique déterminée par des institutions comparables à celle du cinéma en salle? Est-ce que l'usage d'appareils mobiles permet d'instaurer un emplacement hétérotopique semblable à celui que peuvent constituer les salles de cinéma? Autant de questions à résoudre qui font aujourd'hui paraître bien simple la confusion entre « salle » et « film » à laquelle Barthes fait référence en évoquant non seulement la polysémie du mot « cinéma », mais également le « noir » du cinéma, toute la complexité de la médialité du cinéma en salle.

## BIBLIOGRAPHIE

- Acland, Charles. *Screen Traffic. Movies, Multiplexes, and Global Culture*. Durham : Duke University Press, 2003.
- Allen, Robert C. « From Exhibition to Reception: Reflections on the Audience in Film History ». *Screen*, vol. 31, n° 4, hiver 1990, p. 347-356.
- Allen, Robert C. « Home Alone Together: Hollywood and the “Family Film” ». Dans Richard Maltby et Melvyn Stokes, *Identifying Hollywood’s Audiences: Cultural Identity and the Movies*, Londres : British Film Institute Publishing, 1999, p. 109-131.
- Allen, Robert C. « Race, Region, and Rusticity: Relocating U.S. Film History ». Dans Richard Maltby, Melvyn Stokes et Robert C. Allen, *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema*, Exeter (UK) : University of Exeter Press, 2007, p. 25-44.
- Allen, Robert C. « Getting to *Going to the Show* ». *New Review of Film and Television Studies*, vol. 8, n° 3, 2010, p. 264-276.
- Allen, Robert C. « Reimagining the History of the Experience of Cinema in a Post-Movigoing Age ». Dans Richard Maltby, Daniel Biltereyst et Philippe Meers (dir.), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden (MA) et Oxford : Wiley-Blackwell, 2011, p. 41-57.
- Allen, Robert C. et Douglas Gomery, *Film History: Theory and Practice*. New York : Alfred A Knopf, 1985.
- Altenloh, Emilie. « A Sociology of Cinema: The Audience » [1914]. *Screen*, vol. 42, n° 3, automne 2001, p. 249-293.
- Ameri, Amir. « Imaginary Placements: The Other Space of Cinema ». *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 69, n° 1, 2011, p. 81-91.
- Ameri, Amir. « The Architecture of the Illusive Distance ». *Screen*, vol. 54, n° 4, hiver 2013, p. 439-462.
- Augé, Marc. *Non-lieux : Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris : Éditions du Seuil, coll. « La librairie du XXIe siècle », 1992.



- Barthes, Roland. « En sortant du cinéma ». *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975, p. 104-107.
- Baudry, Jean-Louis. « Cinéma : effets idéologiques produits par l'appareil de base ». *Cinéthique*, n<sup>os</sup> 7-8, 1970, p. 1-8.
- Baudry, Jean-Louis. « Le dispositif : approches métapsychologiques de l'impression de réalité ». *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975, p. 56-72.
- Baudry, Jean-Louis. *L'effet cinéma*. Paris : Albatros, 1978.
- Bolter, Jay D. et Richard Grusin. *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge (MA) : MIT Press, 1999.
- Corbett, Kevin J. « The Big Picture: Theatrical Moviegoing, Digital Television, and Beyond the Substitution Effect ». *Cinema Journal*, vol. 40, n° 2, hiver 2001, p. 17-34.
- de Certeau, Michel. *L'invention du quotidien*, 1, *Arts de faire* [1980]. Paris : Gallimard, 1990.
- Forsé, Michel. « Les réseaux de la sociabilité : un état des lieux ». *L'année sociologique*, vol. 41, 1991, p. 247-264.
- Foucault, Michel. « Des espaces autres » [1984]. Dans Daniel Defert et François Ewald (dir.), *Dits et écrits. 1954-1988*, tome 4, « 1980-1988 », Paris : Gallimard, 2004, p. 752-762.
- Gaudreault, André et Philippe Marion. « Un média naît toujours deux fois... ». *Sociétés & Représentations*, n° 9, 2000, p. 21-36.
- Gaudreault, André et Philippe Marion. « Cinéma et généalogie des médias ». *Médiamorphoses*, n° 16, 2006, p. 24-30.
- Hachemi, Omar. « Le moment du dispositif ». Dans François Albera et Maria Tortajada (dir.), *Ciné-dispositifs. Spectacles, cinéma, télévision, littérature*, Lausanne : L'Âge d'homme, 2011, p. 189-204.
- Hansen, Miriam. *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge (MA) et Londres : Harvard University Press, 1991.
- Hansen, Miriam. « Early Cinema, Late Cinema: Permutations of the Public Sphere ». *Screen*, vol. 34, n° 3, automne 1993, 197-210.
- Hubbard, Phil. « Fear and Loathing at the Multiplex: Everyday Anxiety in the Post-industrial City ». *Capital & Class*, vol. 27, n° 2, été 2003, p. 51-75.

- Jullier, Laurent. « Pour une approche interdisciplinaire de la notion de situation cinématographique ». *Théorème*, n° 15, « Le cinéma en situation », 2012, p. 7-10.
- Kessler, Frank. « La cinématographie comme dispositif (du) spectaculaire ». *Cinémas*, vol. 14, n° 1, automne 2003, p. 21-34.
- Klinger, Barbara. *Beyond the Multiplex: Cinema, New Technologies, and the Home*. Berkeley : University of California Press, 2006.
- Maltby, Richard. « New Cinema Histories ». Dans Richard Maltby, Daniel Biltereyst et Philippe Meers (dir.), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden (MA) et Oxford : Wiley-Blackwell, 2011, p. 3-40.
- Maltby, Richard, Daniel Biltereyst et Philippe Meers (dir.), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*. Malden (MA) et Oxford : Wiley-Blackwell, 2011, p. 41-57.
- Maltby, Richard, et Melvyn Stokes, « Introduction ». Dans Richard Maltby, Melvyn Stokes et Robert C. Allen, *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema*, Exeter (UK) : University of Exeter Press, 2007, p. 1-22.
- Metz, Christian. « Le signifiant imaginaire ». *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975a, p. 3-55.
- Metz, Christian. « Le film de fiction et son spectateur ». *Communications*, n° 23, « Psychanalyse et cinéma », 1975b, p. 108-135.
- Metz, Christian. *Le signifiant imaginaire : psychanalyse et cinéma* [1977]. Paris : Christian Bourgeois Éditeur, 1984.
- Morin, Edgar. *Introduction à la pensée complexe*. Paris : Éditions du Seuil, 1990.
- Mulvey, Laura. « Visual Pleasure and Narrative Cinema ». *Screen*, vol. 16, n° 3, automne 1975, p. 6-18.
- Odin, Roger. « Du spectateur fictionnalisant au nouveau spectateur : approche sémiopragmatique ». *Iris*, n° 8, 1988, p. 121-139.
- Odin, Roger. *De la fiction*. Bruxelles : Éditions De Boeck Université, 2000a.
- Odin, Roger. « La question du public. Approche sémio-pragmatique ». *Réseaux*, vol. 18, n° 99, 2000b, p. 49-72.
- Odin, Roger. *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2011.

- Sirois-Trahan, Jean-Pierre. « Dispositif(s) et réception ». *Cinémas*, vol. 14, n° 1, automne 2003, p. 149-176.
- Sobchack, Vivian. « The Active Eye: A Phenomenology of Cinematic Vision ». *Quarterly Review of Film and Video*, vol. 12, n° 3, 1990, p. 21-36.
- Sobchack, Vivian. « The Scene of the Screen: Envisioning Cinematic and Electronic “Presence” ». Dans Hans Ulrich Gumbrecht et Karl Ludwig Pfeiffer (dir.), *Materialities of Communication*, Stanford : Stanford University Press, 1994, p. 83-106.
- Sobchack, Vivian. *Carnal Thoughts: Embodiment and Moving Image Culture*. Berkeley : University of California Press, 2004.
- Staiger, Janet, *Interpreting Films: Studies in the Historical Reception of American Cinema*. Princeton (N.J.) : Princeton University Press, 1992.
- Thibodeau, Simon. « Aller au cinéma. Fuite hors de la ville et accompagnement distancié sur le site du multiplexe ». En ligne, *Synoptique*, vol. 2, n° 2, automne 2013, p. 54-79, [synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23](http://synoptique.hybrid.concordia.ca/index.php/main/article/view/23). Consulté le 20 avril 2015.
- Worth, Sol. « The Development of a Semiotic of Film ». *Semiotica*, vol. 1, n° 3, 1969, p. 282-321.