

LE LEVAIN DES MÉDIAS

FORME, FORMAT, MÉDIA

Sous la direction de Guillaume Soulez
et de Kira Kitsopaniidou

Étienne-Armand
Amato
Nicolas Bailly
Alexis Blanchet
Marta Boni
Dominique Bougerol
Richard Copans
Michel David
Marida Di Crosta
Chantal Duchet
Thierry Garrel
Magali Gatel
Antoine Gaudin
Sébastien Genvo
Raul Grisolia
Camille Jutant
Yann Kilborne
Kira Kitsopaniidou
Stefano Odorico
Pierrette Ominetti
Julien Péquignot
Jérémy Pouilloux
Michel Reilhac
Émilie Sauguet
Céline Schall
Thomas Schmitt
Guillaume Soulez
Valérie Patrin-Leclère

Sous la direction de
Guillaume Soulez et de Kira Kitsopanidou

LE LEVAIN DES MÉDIAS FORME, FORMAT, MÉDIA

MEI N°39

L'Harmattan

MEI « Médiation & information ». Revue internationale de communication

UNE REVUE-LIVRE. — Créée en 1993 par Bernard Darras (Université de Paris 1) et Marie Thonon (Université de Paris VIII), MEI « Médiation Et Information » est une revue thématique biannuelle présentée sous forme d'ouvrage de référence. La responsabilité éditoriale et scientifique de chaque numéro thématique est confiée à une Direction invitée, qui coordonne les travaux d'une dizaine de chercheurs. Son travail est soutenu par le Comité de rédaction et le Comité de lecture. Une contribution Centre de Recherche, Images, Cultures et Cognitions permet un fonctionnement souple et indépendant.

UNE REVUE-LIVRE DE RÉFÉRENCE. — MEI est l'une des revues de référence spécialisées en Sciences de l'information et de la communication, reconnue comme "qualifiante" par l'Agence d'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur (Aéres) et par le Conseil national des universités (CNU). Le dispositif d'évaluation en double aveugle garantit le niveau scientifique des contributions.

UNE REVUE-LIVRE INTERNATIONALE. — MEI « Médiation et information » est une publication internationale destinée à promouvoir et diffuser la recherche en médiation, communication et sciences de l'information. Onze universités françaises, belges, suisses ou canadiennes sont représentées dans le Comité de rédaction et le Comité scientifique.

UN DISPOSITIF ÉDITORIAL THÉMATIQUE. — Autour d'un thème ou d'une problématique, chaque numéro de MEI « Médiation et information » est composé de deux parties. La première est consacrée à un entretien avec les acteurs du domaine abordé. La seconde est composée d'une quinzaine d'articles de recherche.



Monnaie Kushana, représentation de Miho

Source : Hinnels, J., 1973. *Persian Mythology*. Londres : Hamlyn Publishing Group Ltd.

Médiation et information, tel est le titre de notre publication. Un titre dont l'abréviation MEI correspond aux trois lettres de l'une des plus riches racines des langues indo-européennes. Une racine si riche qu'elle ne pouvait être que divine. C'est ainsi que le dieu védique Mitra en fut le premier dépositaire. Meitra témoigne de l'alliance conclue entre les hommes et les dieux. Son nom évoque l'alliance fondée sur un contrat. Il est l'ami des hommes et de façon plus générale de toute la création. Dans l'ordre cosmique, il préside au jour en gardant la lumière. Il devient Mithra le garant, divin et solaire pour les Perses et il engendre le mithraïsme

dans le monde grec et romain.

Retenir un tel titre pour une revue de communication et de médiation était inévitable. Dans l'univers du verbe, le riche espace sémantique de mei est abondamment exploité par de nombreuses langues fondatrices. En védique, **mitra** signifie "ami ou contrat". En grec, **ameibein** signifie "échanger", ce qui donne naissance à **amoibaioi** "qui change et se répond". En latin, quatre grandes familles seront déclinées : **mutare** "muter, changer, mutuel...", **munus** "qui appartient à plusieurs personnes", mais aussi "cadeau" et "communiquer", **meare** "passer, circuler, permission, perméable, traverser..." et enfin **migrare** "changer de place".

© 2014, auteurs & Éditions de l'Harmattan.

7, rue de l'École-polytechnique. 75005 Paris.

Site Web : <http://www.librairieharmattan.com> - <http://www.mei-info.com/>

Courriel : diffusion.harmattan@wanadoo.fr et harmattan1@wanadoo.fr

ISBN : 978-2-343-03691-5 EAN : 9782343036915

Direction de publication

Bernard Darras

Rédaction en chef

Marie Thonon

Comité scientifique

Jean Fisette (UQAM, Québec)
Pierre Fresnault-Deruelle (Paris I)
Marc Jimenez (Paris I)
Gérard Loiseau (CNRS, Toulouse)
Armand Mattelart (Paris VIII)
J.-P. Meunier (Louvain-la-Neuve)
Bernard Miège (Grenoble)
Jean Mouchon (Paris X)
Daniel Peraya (Genève)

Comité de lecture

Joël Augros, Université Paris VIII
Michaël Bourgatte, Institut Catholique de Paris
M.-France Chambat-Houillon, Université Paris III
Laurent Creton, Université Paris III
Bernard Darras, Université Paris I
Gilles Delavaud, Université Paris VIII
Pascal Froissart, Université Paris VIII
André Gaudreault, Université de Montréal
François Jost, Université Paris III
Laurent Jullier, Université de Lorraine
Franck Kessler, Université d'Utrecht
Barbara Laborde, Université Paris III
Guy Lochar, Université Paris III
Raphaëlle Moine, Université Paris III
Roger Odin, Université Paris III
Marie Thonon, Université Paris VIII

Secrétariat

Gisèle Boulzaguet

Comité de rédaction

Dominique Chateau (Paris I)
Bernard Darras (Paris I)
Pascal Froissart (Paris VIII)
Gérard Leblanc (École nationale supérieure
« Louis-Lumière »)
Pierre Moeglin (Paris XIII)
Alain Mons (Bordeaux III)
Jean Mottet (Paris I)
Marie Thonon (Paris VIII)
Patricio Tupper (Paris VIII)
Guy Lochar, Université Paris III

Correspondants

Robert Boure (Toulouse III)
Alain Payeur (Université du Littoral)
Serge Proulx (UQAM, Québec)
Marie-Claude Vettrano-Soulard (Paris VII)

Édition & révision

Correction : Thomas Pillard

Publication subventionnée par l'Université Paris 13
et le LabSIC (Université Paris 13)

Remerciements

Nous tenons à remercier tout particulièrement Danay Catalan Alfaro et Christian Chung qui ont assuré le design et la mise en page de ce numéro de MEI, Thomas Pillard qui en a effectué la correction et Marie Thonon la lecture finale. Nous remercions également l'Institut de Recherches sur le Cinéma et l'Audiovisuel (IRCAV, EA 185) pour son soutien à cette publication.

Les articles n'engagent que leurs auteurs ; tous droits réservés.
Les auteurs des articles sont seuls responsables de tous les droits relatifs
aux images qu'ils présentent.
Toute reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement
de son auteur ou de ses ayants droits, est illicite.

Éditions Op. Cit. — Revue MEI « Médiation et information »
6, rue des Rosiers. 75004 Paris (France)
Tél. & fax : +33 (0) 1 49 40 66 57
Courriel : revue-mei@laposte.net

<http://www.mei-info.com/>

Introduction

Guillaume Soulez & Kira Kitsopanidou 7

Entretiens

Du format au transmédia

avec Nicolas Bailly, Richard Copans, Michel David, Thierry Garrel, Magali Gatel, Sébastien Genvo, Pierrette Ominetti, Jérémy Pouilloux, Thomas Schmitt et Michel Reilhac

Guillaume Soulez - Chantal Duchet - Kira Kitsopanidou 13

Dossier

Identification du format. L'exemple du champ documentaire

Le format entre outil de coopération et enjeu politique. Quelques réflexions à partir du monde du documentaire

Emilie Sauguet 33

La définition du projet documentaire : un atout pour la coopération des parties ?

Thomas Schmitt 43

Retour à l'envoyeur. Public et format

Guillaume Soulez 57

Ce que le docufiction fait au documentaire. Ce que le documentaire fait au docufiction. L'exemple des films d'archéologie à la télévision

Céline Schall 79

Le défi documentaire

Raul Grisolia 93

L'enchâssement des formats : Le Jeu de la mort, faux jeu, vrai documentaire

Camille Jutant - Valérie Patrin-Leclère 103

Du format au média. Questions d'intermédialité

Avatar's transmedia marketing: building a brand through transmedia audience engagement strategies

Kira Kitsopanidou 115

Média, médium et spectateurs à l'épreuve du world-building

Marta Boni 137

Des formes et des modèles de production transmédia

Marida Di Crosta 147

Vie et survie de l'oeuvre cinématographique en droit d'auteur français

Dominique Bougerol 159

Le vidéoclip, un art populaire intermédial à l'ère numérique : enjeux épistémologiques

Antoine Gaudin 167

Le clip musical comme processus d'incarnation de la médiation audiovisuelle

Julien Péquignot 179

<i>Le spectateur de jeux vidéo</i> Alexis Blanchet	193
<i>Le webdocumentaire : entre format et média</i>	
<i>Le webdocumentaire et ses ressorts fonctionnels, au croisement du film documentaire et de la narration hypermédia</i> Étienne-Armand Amato	203
<i>Between Interactivity, Reality and Participation: The Interactive Documentary Form</i> Stefano Odorico	213
<i>Format télévisuel et webdocumentaire français</i> Yann Kilborne	227
<i>En guise de conclusion</i>	
<i>Du cinéma éclaté... au levain des médias : rapports de formes</i> Guillaume Soulez	239

Introduction

Kira Kitsopanidou
et Guillaume Soulez

Un double phénomène semble caractériser le cinéma et la télévision aujourd'hui, sous l'impact conjugué de la convergence numérique, du bouleversement de l'accès aux contenus *via* le Web et les écrans mobiles, ainsi que de l'émergence de nouvelles pratiques de consommation. D'une part, ce qu'on appelle « cinéma » et « télévision » migre sur un nombre très diversifié de supports et de plateformes de diffusion, se retrouvant noyé au cœur d'un foisonnement de nouveaux objets audiovisuels (webfilms, webséries, webdocumentaires, web-reportages, objets hybrides entre films en jeux vidéo, productions amateurs diffusées sur YouTube ou ailleurs, *fanfics*...). D'autre part, le « cinéma » et la « télévision » sont arri-més à une économie de l'audiovisuel toujours plus structurée par les *formats* (collections, séries, modules transmédia, webdocumentaires...). Si les travaux sur l'intermédialité permettent d'avoir aujourd'hui du recul par rapport à ce « choc Internet », ils sont souvent aimantés par l'idée que la concurrence entre médias a (eu) pour effet de favoriser la recherche d'une spécificité formelle et matérielle : leur « médiagénie ». Ce numéro de *MEI* voudrait explorer l'hypothèse inverse : les *médias* (le « cinéma », la « télévision »...) ne survivent-ils pas au-delà de leurs *médiums* et dispositifs « historiques » (la salle, le téléviseur, etc.) ? Pourquoi, alors que les logiques de diffusion dématérialisées de contenus audiovisuels pourraient tendre à les rendre interchangeables, continuons-nous à parler de « cinéma » ou de « télévision » lorsque nous regardons sur Internet des objets détachés de la salle de cinéma ou de la grille de programmes ? Comme le montre le rôle des « grandes formes » (conventions et genres audiovisuels, formats de la télévision ou du Web), les médiums ne sont-ils pas toujours saisis à travers des médias ? Dans un paysage marqué par l'éclatement touchant tant les enjeux de la diffusion que ceux de la définition créative, les médias n'assurent-ils pas une fonction de maintien des règles de lecture, voire de fabrication ?

Notre hypothèse centrale est que les médias ne sont pas seulement des industries ou des supports, mais les véritables lieux où se joue la *morphologie des médias*. Ils sont le moteur d'une activation de certaines formes audiovisuelles en lien avec les publics. Ils *in-forment* la création audiovisuelle au sens où ils font poids sur les formes, ils *trans-forment* les agencements audiovisuels. C'est l'idée d'un « levain » des médias permettant de penser les relations entre médias du point de vue de l'impact d'un *média* (en tant qu'organisation sociale) sur un *médium* (en tant que matériau formel). Dans le cadre de la nouvelle économie de l'audiovisuel à l'ère d'Internet, on peut donc sans doute explorer davantage les interactions

entre la *raison sociale* des médias et la forme des objets qu'ils proposent. On peut aussi s'interroger sur la manière dont les pratiques professionnelles et les nouveaux usages attestent du travail des acteurs de la création et des publics sur la dimension proprement *média* du cinéma pour le maintenir comme tel, ou le faire évoluer. De même, l'intermédialité peut être vue non comme une simple relation entre « séries culturelles » relativement autonomes (chaque média ayant sa médiagenèse et sa « médiagénie »), mais véritablement comme un lieu de mutation et de contamination des formes audiovisuelles sous l'emprise des logiques propres à un média. D'où les deux faces de la réflexion menée dans ce numéro : il s'agit d'abord de décrire cette structuration croissante du cinéma et de l'audiovisuel par les « formats » ainsi que les lieux de l'invention possible dans ce cadre (ou hors de ce cadre), puis d'examiner les questions de relations entre médias – ou « intermédialité » – liées au développement d'un cinéma ou d'une télévision en ligne comme nouvel espace de contraintes et d'innovation.

La première partie aborde la question du format à travers l'exemple du champ documentaire. Le format est d'abord analysé dans sa dimension politique. Surdéterminée par la critique du formatage, la notion renvoie aux jeux de pouvoir entre partenaires (techniques, artistiques et financiers) de la création d'une œuvre, mais aussi aux conflits entre le monde de la production et celui de la réception. Elle fait l'objet d'une forme de négociation permanente au sein de la profession d'une part (entre créateurs et diffuseurs), et entre les forces de l'industrie et les spectateurs d'autre part. Émilie Sauguet analyse, par exemple, comment la construction de la catégorie « documentaire de création » se rapporte moins à des formes spécifiques qu'à la question du partage des responsabilités créatives entre partenaires, ainsi qu'à la création d'une communauté professionnelle à même de partager un langage et de se retrouver dans une pratique commune. En revanche, dans le processus d'explicitation des projets aux diffuseurs, l'horizon culturel d'une case de programmation ou d'une collection définit des normes formelles très précises pour les œuvres qui permettent de valider celles-ci sur des critères stables. Le format apparaît ici comme un cadre qui facilite la coopération entre partenaires (Thomas Schmitt). Mais il a aussi une fonction structurante pour l'expérience spectatorielle, jouant un rôle d'« opérateur d'interprétation » des intentions d'un programme, permettant aux spectateurs de mettre en balance les enjeux que chaque situation engage. Dans leur analyse de l'émission hybride *Le Jeu de la Mort*, Camille Jutant et Valérie Patrin-Leclère montrent comment les spectateurs eux-mêmes intègrent cette question en jonglant entre les formats auxquels la télévision les a habitués (en l'occurrence : jeu, expérimentation, documentaire). Comme le montre Guillaume Soulez, le public, au nom duquel le « format » est mis en oeuvre par les chaînes, se sert aujourd'hui de cette notion même pour fixer des limites à l'industrie et indiquer ce qu'il apprécie comme différent ou original. Ce que désigne alors le format plus précisément, selon Guillaume Soulez, est la capacité nouvelle des spectateurs à identifier au sein du

film ou du programme « la part de format » (le poids des conventions imposées par l'industrie). Cette capacité spectatorielle à s'interroger sur les manières dont se structure l'agencement formel peut participer à desserrer l'étau du format. L'auteur invite à penser la « plasticité du format » (contre sa rigidité *a priori*) en s'appuyant sur l'expertise des spectateurs pour redynamiser les formes endormies ou figées dans le format lui-même.

Le format est enfin analysé dans sa capacité à ouvrir au sein d'un genre donné toute une gamme de médiations possibles, permettant à des publics variés de s'approprier l'enjeu d'une œuvre de différentes manières. S'agissant du format docufiction, Céline Schall montre comment ce dernier traduit le nouveau rapport entre le documentaire et le public et agit sur les aspects formels du genre documentaire (durée, rythme, esthétique de l'image, écriture, place du spectateur dans le dispositif...), sans pour autant effacer le genre. Inversement, l'« instance documentaire » (Raul Grisolia) peut circuler dans presque tous les formats audiovisuels, au service du renforcement de leur structure nucléaire propre, tout en se modifiant elle-même. La deuxième partie de ce numéro revient sur la relation *média-médium* à l'aune des médias numériques et des nouvelles pratiques et compétences des publics. Que deviennent les formes audiovisuelles et les régimes d'expérience spectatorielle qu'elles proposent lorsqu'elles sont transposées dans un autre médium ? Qu'en est-il du *médium* au sein des dispositifs transmédiatiques où l'on observe une fluctuation de la notion de format et des modes de production ainsi qu'un polymorphisme des modes d'énonciation ? Trois analyses, d'abord, du cas du clip musical (Gaudin, Péquignot) puis du jeu vidéo (Blanchet), apportent chacune un éclairage différent en rapport avec la première question. S'agissant du clip, Antoine Gaudin souligne qu'Internet n'est pas une simple structure technique qui permet la diffusion des clips, mais, de manière décisive, un dispositif formel et culturel qui les fait fonctionner esthétiquement et culturellement d'une certaine façon. Prolongeant cette réflexion, Julien Péquignot montre comment Internet a fait exploser le clip au point d'en faire une matrice formelle mobilisable de manière indifférenciée pour des usages médiatiques fort divers (cinéma amateur, documentaire et expérimental, expérimentation audiovisuelle et synesthésique, installation plasticienne, art vidéo, blog audiovisuel...). En même temps, les possibilités offertes à tout un chacun de produire des objets médiatiques selon cette forme particulière conduisent à retrouver une « pureté » du médium originel en cherchant à l'abstraire des contraintes industrielles. Pour Alexis Blanchet, en revanche, la transposition de contenus vidéoludiques hors du dispositif vidéoludique telle qu'une console de jeu le met en place (*machinima*, sites de partage de vidéos en ligne, séries télévisées « interactives »...) manifeste *a contrario* la très forte intrication du média et du médium vidéoludiques qui définit ce qu'on appelle le « jeu vidéo ». Si, en effet, les images des jeux vidéo peuvent être reprises dans d'autres dispositifs spectatoriels et ont la capacité à produire un spectacle qui peut fonctionner de manière autonome, elles ne peuvent plus être des images qui manifestent la « dimension *play* » de l'activité ludique.

La question des interactions entre les médias et les formes qu'ils sous-tendent acquiert une dimension particulière dans les logiques de production *trans-cross-inter médias*. D'une part, en raison des interdépendances inédites entre stratégies narratives, médiatiques et économiques (Marida Di Crosta) et des frontières de plus en plus poreuses entre les œuvres et leurs paratextes, les deux s'inscrivant dans une même continuité, dans un même ensemble narratif (Kira Kitsopanidou). D'autre part, parce que la construction de narrations transmédiatiques suppose d'étudier les potentialités « organiques » d'une interaction de plusieurs médias. Marta Boni soutient ainsi que la notion de construction de mondes (*world-building*), notion qui est au centre des préoccupations de Jenkins lorsqu'il décrit le transmédia, permet de comprendre que le *médium* doit être étudié dans les relations et les interactions qu'il entretient avec d'autres systèmes sémiotiques. Boni explique que les appropriations des spectateurs fixent et élargissent les limites d'un monde en valorisant l'espace entre les médias. Elles servent avec les paratextes, de support pour une interaction.

Un phénomène est enfin particulièrement intéressant à constater à l'ère des récits audiovisuels éclatés ; le fait que, dans le droit d'auteur français, la notion d'« œuvre cinématographique », qui s'était coulée dans les années 1980 dans la notion générique d'« œuvres audiovisuelles » (dont le régime est pensé comme un moyen d'accompagner le développement d'un marché médiatique plus global), refait surface dans le Code de la propriété intellectuelle en 2009 (Dominique Bougerol).

Ce numéro se conclut par une réflexion autour des transformations et des mutations des formes audiovisuelles au contact de nouveaux « formats », à partir du cas du webdocumentaire. Qu'arrive-t-il au film documentaire lorsqu'il est transposé sur le web ? Qu'advient-il d'une tradition de narration du réel lorsqu'elle se trouve hybridée avec des nouveaux formats audiovisuels interactifs qui définissent une écriture plus stratifiée et complexe ? Que change le médium Internet aux formes « classiques » du film documentaire ? Trois auteurs adoptent des points de vue différents sur ces questions. Pour Etienne-Armand Amato, le webdocumentaire conserve de la cinématographie dont il est issu sa « filmicité » (son caractère de film) tout en tirant profit de la capacité du web à encapsuler tout type de médiums et de médias. De sorte que, si au sein d'un webdocumentaire, la proportion de flux audiovisuel reste majoritaire, l'« interacteur » peut s'impliquer par le biais de ce que Amato appelle le « surf scénarisé », flâner d'écran en écran, de textes en images, dans un réseau de ressources documentaires organisées selon un véritable principe d'associativité. En retour, le genre documentaire vit une mise à nu de ses ressorts et coulisses, par le moyen de l'interactivité, c'est-à-dire du choix ou de la manipulation, qui permet à l'ancien spectateur de travailler le matériau documentaire à la manière d'un réalisateur, d'un cadreur ou d'un monteur. Cette « auto-narration » propre à l'interactivité est pour Amato une possible source de réflexivité permettant d'amplifier le projet documentaire. Stefano Odorico utilise la notion anglophone de « documentaire interactif », caté-

gorie plus large qui déplace le regard sur le nouveau régime d'engagement et de rapport à l'œuvre et à la réalité (qu'Odorico décrit par le triptyque participation/vision/interaction) avec participation de l'utilisateur au-delà de la navigation. Il montre comment différents degrés d'interactivité sont en train de modifier le lien unissant la narration documentaire à la réalité et à son public conduisant à une expérience documentaire où l'action, l'interaction, la participation et la communication ont lieu simultanément et contribuent à la construction de la « réalité ». Yann Kilborne s'interroge, quant à lui, sur ce qu'il reste des habitudes du format télévisuel dans le webdocumentaire. Son analyse d'un certain nombre de webproductions françaises l'amène à conclure que la rupture revendiquée avec le format télévisuel est bien plus complexe et qu'Internet, au contraire, renforce certains aspects du format télévisuel, en particulier les logiques de divertissement et de maintien de l'attention. Dans la grande majorité des cas, le passage au Web pour l'œuvre documentaire n'a pas eu pour effet de s'éloigner de la loi du format (adoption d'un projet, choix des sujets, orientation du traitement). On assiste ainsi à ce que Yann Kilborne appelle la « naturalisation du format », l'assimilation inconsciente par les auteurs des webdocumentaires français, des normes implicites des diffuseurs télévisuels (par exemple, la recherche d'une adhésion immédiate du spectateur au récit).

Le cas du webdocumentaire illustre bien comment la webcréation rend visible les formats anciens en les mettant à nu ou en tentant de les dépasser, tout en étant en prise avec les mêmes logiques formelles, culturelles, professionnelles ou économiques qui sont à l'œuvre au cœur des médias eux-mêmes de manière sous-jacente. On voit du coup réapparaître les formats, plus ou moins visibles, dans les productions web qui prétendaient les évacuer. Les bouleversements intermédiaires du cinéma et de la télévision à l'heure d'Internet, permettent ainsi d'observer sous un angle nouveau les relations entre formes et médias. En guise de conclusion provisoire, et en s'appuyant notamment sur les travaux présentés ici, Guillaume Soulez explore donc plus avant l'hypothèse d'un poids formel des médias sur les objets audiovisuels (dont le « format » n'est que la face la plus visible et la plus critiquée). Si l'étude comparée du « cinéma des premiers temps » avec le cinéma institué a permis de mettre en lumière la présence plus ou moins refoulée de « séries culturelles » plus anciennes (comme le théâtre, les fantasmagories, les spectacles didactiques, les féeries, etc.) au sein des formes cinématographiques elles-mêmes, le bouleversement provoqué par Internet permet sans doute, en retour, de mieux percevoir le rôle des médias comme agent formel. Une autre morphologie de l'audiovisuel devient alors possible.

Enfin, selon la tradition de *MEI*, ce numéro s'ouvre par un dialogue approfondi avec des professionnels du cinéma et de la télévision qui œuvrent aujourd'hui au sein d'un paysage audiovisuel largement transformé par la culture des formats et du transmédia. Comment pensent-ils la permanence ou la mutation des formes audiovisuelles dans ce contexte ? Réalisateurs, producteurs traditionnels

ou transmédia, diffuseurs, *game designers*, acteurs du *crowdfunding*... témoignent du changement de leurs pratiques ou du maintien de certaines conceptions attachées au « cinéma » et à la « télévision », et réciproquement (changement des conceptions, maintien des pratiques). Mêlant prospective et – déjà – premier bilan rétrospectif sur les dix dernières années, les professionnels nous permettent de dessiner avec beaucoup de netteté les nouveaux contours du paysage audiovisuel et numérique contemporain, ce qui s'avère fort utile pour mettre en perspective les travaux des chercheurs qui suivent et qui leur font souvent écho.

La publication de ce numéro a été possible grâce au soutien de l'Institut de Recherche sur le Cinéma et l'Audiovisuel (IRCAV) de l'Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3. Nous remercions chaleureusement son directeur, Laurent Creton. Il est issu de la réunion de deux journées d'études conçues dans la continuité l'une de l'autre : « Ce que le documentaire fait au format » (novembre 2010, organisée par Guillaume Soulez avec le concours de Yann Kilborne et de Thomas Schmitt) et « Le cinéma éclaté et le levain des médias » (mars 2012, organisée par Guillaume Soulez et Kira Kitsopanidou, en liaison avec Philippe Marion), dans le cadre du programme de recherche IRCAV « La Renaissance de la télévision ». Nous remercions également, outre les experts qui ont examiné les textes de ce volume, Thomas Pillard qui en a assuré la relecture, ainsi que Marie Thonon, qui a bien voulu relire une dernière fois l'ensemble des contributions.

Le vidéoclip, un art populaire intermédial à l'ère numérique : enjeux épistémologiques

Antoine GAUDIN¹

Cet article se fonde sur deux définitions complémentaires du vidéoclip (comme format médiatique et culturel, et comme principe de création musico-visuel), qui renvoient, respectivement, à deux « séries culturelles » distinctes (la « visualisation de la performance musicale » et « la musique comme source du mouvement des images »). À partir de cette distinction théorique, notre texte propose une mise au point sur les enjeux contemporains de la recherche sur le clip en tant qu'art populaire intermédial. En présentant plusieurs pistes de réflexion autour de la numérisation et de la remédiation du clip sur Internet, il soulève la question de l'articulation entre conceptualisation théorique et enquête de terrain. Son postulat de départ est qu'on ne peut comprendre pleinement le phénomène global du clip (son histoire, ses formes, son industrie, ses publics) si l'on ne pose pas en amont la question de sa singularité expressive – c'est-à-dire, si on continue à le considérer comme « un message audiovisuel comme un autre », à le réduire à son contenu sémantique et à faire abstraction de l'expérience esthétique particulière qu'il propose à ses audio-spectateurs : celle d'une association spécifique entre musique et images, inscrite au cœur de divers agencements médiatiques contemporains.

MOTS-CLÉS : VIDÉOCLIP, FORMAT, CRÉATION MUSICO-VISUELLE, INTERMÉDIALITÉ, INTERNET, YOUTUBE

This article is based on two complementary definitions of the music video : as a media and cultural format on the one hand ; and as a principle of musical and visual creation on the other hand. These two definitions refer, respectively, to two distinct « cultural series » : the « visualization of musical performance » and « music as a source of motion pictures ». From this theoretical distinction, our paper will focus on contemporary issues of research on music video as a popular and intermedial art form. By presenting several lines of inquiry around scanning and remediation of music video on the Internet, it raises the question of the relationship between theoretical conceptualization and field survey. Its premise is that we can't fully understand the global phenomenon of the music video (its history, its forms, its industry as well as its public) if we fail to raise the issue of upstream expressive singularity – that is, if we continue to consider music video as « an audiovisual message as another », to reduce it to its semantic content and to ignore the particular aesthetic experience it provides to its audio-goers : that of a specific association between music and images, placed at the very core of various contemporary media arrangements.

KEYWORDS : MUSIC VIDEO, FORMAT, MUSICAL AND VISUAL CREATION, INTERMEDIALITY, INTERNET, YOUTUBE

¹ Antoine Gaudin est Maître de conférences au Département Cinéma et audiovisuel, Université Sorbonne Nouvelle-Paris III.

À mi-chemin entre musique et image, art et publicité, télévision et Internet, le vidéoclip est une forme audiovisuelle hybride, au carrefour de nombreux domaines et pratiques culturelles. Il s'agit par ailleurs d'un secteur de création très réactif à l'actualité immédiate des techniques de fabrication et de transmission des contenus médiatiques. Ce qui nous intéresse dans le clip en tant que « laboratoire expérimental » de l'industrie culturelle, c'est justement sa capacité à synthétiser les changements les plus déterminants qui affectent la production, la diffusion et la réception de l'audiovisuel contemporain, tout en offrant, dans le même temps, une prise spécifique sur les bouleversements cognitifs et sensoriels qui affectent nos vies quotidiennes et nos représentations du monde à l'ère de la numérisation. Cela nous conduit à un double questionnement, où le clip est à la fois considéré comme un *symptôme* des nouveaux agencements intermédiaires (l'étude du clip permet d'examiner, comme à travers une sorte de loupe grossissante, des phénomènes affectant par ailleurs les autres formes audiovisuelles), et comme un *système* permettant de penser ces évolutions à l'ère du Web 2.0 (le clip est alors pensé en tant que mode d'expression spécifique, porteur de sensations et de significations originales). Afin de prendre en compte cette double dimension du vidéoclip, nous proposons de mettre en perspective les évolutions récentes de ce format médiatique, à partir des éléments théoriques fondamentaux qui permettent de l'analyser comme une forme audiovisuelle spécifique.

Commençons justement par préciser le positionnement théorique adopté, dans la mesure où ce dernier repose sur des postulats relativement peu mis en avant dans le domaine des études sur le vidéoclip. En effet, l'état de la recherche à l'intérieur de ce champ révèle, d'une part, que la grande majorité des travaux en sciences sociales sur le clip s'inscrivent dans une démarche de spécialisation disciplinaire qui laisse peu de place à l'approche esthétique² ; d'autre part, les quelques travaux ayant proposé ce type d'approche l'ont fait, pour la plupart, avec des partis pris qui peuvent être discutés (notamment celui qui consiste à analyser les clips par le biais de l'image essentiellement, en faisant souvent abstraction de la musique). Directement importées des *film studies*, ces analyses prennent, selon nous, insuffisamment en compte les spécificités de la forme clip. En se focalisant sur la construction visuelle et sémantique des clips (qu'est-ce que ça montre ? qu'est-ce que ça dit ? – au sens *manifeste* du terme), elles appliquent alors un paradigme aristotélicien à une forme musico-visuelle dont les principaux ressorts dynamiques se situent plutôt dans un paradigme héraclitéen : celui d'un flux sculpté par le *rhuthmos*, par sa propre modalité d'écoulement, et analysable au moyen de notions dynamiques abstraites telles que le rythme, le mouvement et la variation.

² Ce constat pourra être relativisé du fait de la parution très récente (précisément lors de l'écriture de cet article) de l'ouvrage de Jullier et Péquignot, *L'Art du clip. Histoire et esthétique* (2013). À partir de partis pris sur l'objet « clip » substantiellement différents de ceux défendus dans cet article (par exemple, les auteurs proposent de définir le clip par ses usages plutôt que par ses caractéristiques formelles « immanentes »), *L'Art du clip* présente de nombreuses pistes de réflexion pour analyser la place et l'impact du clip dans les régimes d'images contemporains.

On peut dire à cet égard que les orientations analytiques dominantes des travaux existants sur le clip reflètent : d'abord, notre hiérarchie sensorielle spontanée, qui fait de la vue et du discours verbal les sources principales d'informations sur le monde ; ensuite, la domination du visuel et du sonore sémantique telle qu'elle opère dans les études cinématographiques et audiovisuelles ; enfin, la plus grande évidence des catégories analytiques construites pour l'étude des phénomènes visuels ou langagiers, les phénomènes sonores ou musicaux paraissant toujours « résister » davantage à la démarche de l'analyse rationnelle. Mais il faut également préciser que la plupart des écrits sur le clip datent des années 1980 et 1990 : leurs grands principes ont donc été élaborés à une époque où l'accès aux clips s'effectuait par le filtre de la programmation des chaînes télévisées spécialisées. Ces travaux ont ainsi construit une théorie de leur objet en prenant appui sur un corpus constitué des clips les plus diffusés – qui sont aussi, souvent, les mieux adaptés aux régimes spectaculaires de l'audiovisuel de grande consommation. Cela a pu entraîner, dans les analyses, une focalisation sur des questionnements (la star et sa représentation, l'énonciation du discours, la construction du « récit », etc.) qui constituent des transpositions de ceux que l'on mobilisait alors pour l'étude des autres formes audiovisuelles ; et cela a pu entraîner, par corollaire, une sous-évaluation du clip en tant que mode d'expression autonome et expérimental.

Or, depuis le milieu des années 2000, et grâce à Internet, les chercheurs ont accès à une diversité phénoménale de clips de toutes les époques et dans tous les styles musicaux, sans commune mesure avec le panel réduit qui leur était offert auparavant. Cela nous permet notamment de porter notre attention sur des clips qui proposent autre chose que la performance visuelle de l'artiste musical en situation d'interprétation, ou que l'imitation sur format court du modèle fictionnel cinématographique, et qui tendent davantage vers les puissances propres de la composition musico-visuelle. S'ils existaient bien avant YouTube, ces clips sont aujourd'hui beaucoup plus faciles à visionner, et leur influence sur l'ensemble du secteur en devient d'autant plus importante. Cette nouvelle donne se révèle déterminante pour la construction des principaux axes présentés par cet article – en particulier celui qui concerne l'approche théorique de l'objet vidéoclip.

Pour entrer dans ce premier questionnement, nous proposons de définir le clip de deux façons. D'abord, en tant que format médiatique et culturel : le clip est « une composition d'images qui se superpose à un morceau musical préexistant afin d'en assurer la promotion auprès du public d'un canal régulier de diffusion mass-médiatique ». Au sens de cette définition *fonctionnelle et intensive*, sur laquelle se sont implicitement appuyées la plupart des études existantes, le clip constitue le prolongement contemporain d'une « série culturelle »³ qui lui est antérieure (qui remonte aux Phonoscènes des premiers temps du cinéma en passant par les scopitones, la comédie musicale ou les *Soundies*), une « série culturelle » que l'on peut appeler : la « visualisation filmée de la performance musicale ».

3 Cette expression est employée dans le sens que lui ont conféré les travaux de Gaudreault (2008) sur le cinéma des premiers temps.

Mais il existe une autre façon de définir le clip, qui consiste à l'approcher d'abord comme un principe de création audiovisuel ; plus précisément, comme un principe spécifique d'association entre la musique et l'image, où – au prix d'un renversement peu courant de notre hiérarchie sensorielle spontanée (qui en général privilégie l'image, et relègue la musique à un rôle d'accompagnement) – c'est la musique qui est la « source du mouvement des images ». C'est la musique, donc, qui vient en premier : en termes génétiques (le morceau musical préexiste, il est quasiment toujours joué dans son intégralité) ; en termes culturels (la place des clips dans la filière industrielle du disque invite à les recevoir comme une « conséquence » des morceaux musicaux qu'ils illustrent) ; et en termes formels (les paramètres de composition musicale ont un caractère matriciel pour la création des images). Au sens de cette définition *structurale* et *extensive*, le vidéoclip peut être considéré comme le prolongement, sur d'autres médias, d'une seconde « série culturelle », plus marginale, qui remonte au moins au clavecin oculaire du XVIII^e siècle, et qui passe surtout par tout un courant du cinéma expérimental au XX^e siècle (Fichinger, Len Lye, Bruce Baillie, etc.) ; une série culturelle que l'on peut désigner par l'expression : « le visible façonné par le sonore musical ».

L'intérêt de cette distinction théorique est, premièrement, d'analyser les clips de façon plus complète, en prenant en compte toutes leurs dimensions expressives et signifiantes. Le problème qui se pose, à ce niveau, est que les outils conceptuels font partiellement défaut : les approches musicologiques des musiques populaires sont encore embryonnaires⁴, et dans le domaine audio-visuel, les conceptualisations du rapport musique-images reposent pour la plupart sur le présupposé d'une musique accompagnant les images – et non d'images qui découleraient de la musique. Il est cependant possible d'enrichir substantiellement l'analyse des clips, en revenant aux sources phénoménologiques de leur forme musico-visuelle, et en observant, au moyen de notions analytiques simples mais efficaces, les structures de composition du système musique-images⁵.

Mais au-delà de son apport pour l'analyse immanente, l'intérêt de cette proposition d'approche musico-visuelle est aussi de mieux comprendre le *fonctionnement* des clips, ainsi que la nature de la *sollicitation esthétique* et des effets cognitifs et psychologiques qu'ils proposent à leurs « audio-spectateurs ». En effet, dans une perspective interdisciplinaire, incorporant notamment l'étude des processus industriels de production-diffusion, ou la sociologie de la création, l'approche théorique du clip en tant que forme musico-visuelle a des conséquences sur tous les autres niveaux de la recherche. On peut en mesurer les répercussions lorsqu'on pose la question des enjeux liés à la numérisation au sein du clip. À ce niveau, il ne saurait être question de limiter l'étude à la fabrication et à la diffusion des images. C'est bien au confluent du musical et du visuel qu'il faut se situer, en prenant en compte le fait que le clip est à la fois une œuvre autonome et le support promotionnel d'une autre œuvre (la chanson) ; et que le numérique, de son côté, désigne à la fois un support de diffusion et une modalité de création.

4 Voir les ouvrages récents de Tagg (2012) ou de Pirenne (2012).

5 Nous avons nous-même formulé certaines propositions dans ce sens : voir Gaudin, 2009.

On peut commencer par le constat selon lequel Internet bouleverse en profondeur le fonctionnement structurel de la filière du clip. Le Web 2.0 a d'abord extrait le clip des logiques éphémères de l'industrie musicale et du flux continu du robinet à images télévisuel, en permettant la constitution d'une archive virtuelle (YouTube) aux capacités de conservation et de consultation presque infinies. À la faveur de ce bouleversement d'ampleur, le clip s'est ni plus ni moins doté d'une *mémoire* – ce qui n'est pas rien, pour un média que l'on a souvent décrit (pour ne pas dire *décrié*) comme étant éphémère. On peut donc dire que la remédiation du clip sur Internet en modifie radicalement le statut sémiotique. Côté récepteur, le clip passe d'une mise en spectacle *continue et collective* à la télévision (on regarde un programme de flux, qui diffuse des clips) à une consommation *ponctuelle et ciblée* sur Internet (on regarde un clip particulier, en effectuant en amont un geste de sélection). Ce qui émerge à ce niveau, c'est une nouvelle attitude conceptuelle et sensible vis-à-vis des clips, qui change le rapport que leurs « audio-spectateurs » entretiennent avec eux.

Souvent décrit, dans ses premiers temps d'existence, comme « l'extraterrestre » de la télévision (l'expression est de Michel Chion), le clip était en revanche parfaitement calibré pour le médium Internet. En tant que forme brève, il est adapté aux modes de consommation médiatique que révèlent les enquêtes sur les usages du Web (un temps moyen très court passé sur chaque contenu) ; en tant que média hybride (composé de musique, d'images et, souvent, de paroles intelligibles investissant divers niveaux de discursivité), il se prête particulièrement bien aux communications interpersonnelles incorporant l'échange de messages multimédias (sur les réseaux sociaux notamment).

Côté producteur, les artistes musicaux mesurent évidemment aujourd'hui, à l'ère des réseaux sociaux, l'impact considérable qu'un clip marquant peut avoir sur leurs carrières et leur notoriété⁶. La nouveauté, ici, réside dans l'ouverture de la compétition, puisqu'avec le numérique et Internet, on assiste à l'effondrement des barrières à l'entrée pour qu'un clip soit tourné (coût de plus en plus faible du matériel numérique de qualité professionnelle) et diffusé (il suffit d'un compte sur YouTube, Dailymotion ou Vimeo). Cette atomicité de l'offre de clips sur Internet constitue une « longue traîne » qui remet partiellement en cause l'hégémonie des producteurs industriels, en bouleversant les critères de construction de la valeur et de la renommée dans le secteur du clip. Cela contribue à estomper l'écart (esthétique et de prestige) entre les clips à gros budget et les productions moins fortunées. On constate d'ailleurs que l'argument consistant à mettre en rapport le coût et le gigantisme d'un clip avec son efficacité promotionnelle est beaucoup moins répandu que dans les années 1980. Ce marketing de la démesure s'est depuis atténué, au profit d'une valorisation du bricolage et

6 À titre d'exemple, un groupe de pop-rock comme OK Go s'est ainsi fait, depuis 2006, une spécialité de la réalisation de clips en formes de concepts-performances, qui atteignent tous des dizaines de millions de vues sur YouTube. Voir par exemple <http://www.youtube.com/watch?v=dTAAAsCNk7RA>

du concept percutant. Il s'agit bien sûr d'un phénomène qui vient de loin dans l'histoire du clip, antérieur à la généralisation du numérique. Mais ce phénomène s'est amplifié ces dernières années, et est de plus en plus souvent « validé » par l'institution⁷.

Une autre frontière tend à se brouiller, celle qui sépare les clips « officiels » des clips « amateurs »⁸. Ces derniers pullulent sur YouTube, et amènent bien entendu avec eux une série de questionnements : sur leur valeur esthétique et leur potentiel d'inventivité ou d'imitation vis-à-vis des clips de grande série ; sur leur propension à contourner les règles de l'industrie musicale (en produisant des clips sur des morceaux pour lesquels il n'en avait pas été prévu), ou à bouleverser ces mêmes règles (en contribuant à produire d'autres horizons d'attente en matière de clips) ; sur la « réversibilité des rôles culturels »⁹ qui opère lorsque les vidéastes amateurs deviennent les spectateurs, voire les critiques, des clips réalisés par leurs congénères ; sur la récupération de cette « culture expressive » par les réalisateurs de clips « officiels »¹⁰ ; etc.

Un autre impact d'Internet concerne la généralisation de l'échange gratuit et illégal des fichiers musicaux, qui fait du clip un outil de marketing paradoxal : un clip peut attirer des millions de spectateurs sur YouTube, sans que cela rémunère en proportion l'artiste musical qu'il met en scène ; par ailleurs, bien que le clip reste un outil promotionnel incontournable, les budgets alloués à sa production ne cessent de baisser, du fait des économies d'échelle auxquelles sont contraintes les maisons de disque qui les produisent – à tel point que, selon les mots du vidéaste Chris Cunningham, la réalisation de clips ne peut aujourd'hui être qu'un « hobby » pour des réalisateurs qui tirent leurs revenus

7 Par exemple, le clip de D.A.N.C.E. du groupe Justice, réalisé par deux graphistes inconnus de 25 ans qui ont eu l'idée d'incruster des slogans animés sur des T-Shirts, passe devant le clip de la star Kanye West aux MTV Music Awards de 2007 (Kanye West qui avait pourtant, de son propre aveu, « dépensé plusieurs millions de dollars pour tourner un clip de 25 minutes au milieu du désert avec mille figurants, un avion, une limousine et même Pamela Anderson »...). Voir <http://www.youtube.com/watch?v=sy1dYFGkPUE>

8 Nous employons cette appellation par défaut, et non pour l'opposer à une supposée catégorie de clips « professionnels », pour laquelle il serait risqué, dans le contexte actuel de production des clips, d'établir des critères fixes d'appartenance. Par ailleurs, il serait absurde d'appeler « clips amateurs » tous les artefacts musico-visuels disponibles sur Internet. Ce n'est pas le principe de l'association entre musique et images qui fait le clip amateur, mais bien le principe d'images manifestement composées au service de la musique, en termes formels (la musique comme source du mouvement des images) et en termes culturels : le clip amateur est au service du morceau musical sur lequel il prend appui, il contribue à sa connaissance et à sa diffusion plutôt qu'il ne l'exploite pour, par exemple, « décorer » des images pensées indépendamment de lui (comme dans le cas d'un film de vacances, par exemple).

9 Sur cette notion, voir Allard et Blondeau, 2007

10 Keazor et Wubbena rapportent ainsi l'exemple de l'opération mise en place par le groupe allemand Wir sind Helden pour le clip de leur morceau Die Konkurrenz : inviter les fans à réaliser leurs propres clips afin de les soumettre aux membres du groupe, lesquels ont finalement décidé, non de choisir la meilleure vidéo envoyée, mais de monter bout à bout des fragments de toutes les vidéos reçues, créant ainsi un vidéoclip entièrement inédit. Voir Keazor et Wubbena, 2010, p.12.

principaux d'autres activités. Cela tend à relativiser la « politique des auteurs » qu'avait connue le secteur dans les années 90, et qui avait mis en avant certains réalisateurs spécialisés dans le clip (Michel Gondry, Spike Jonze, Mark Romanek, Jonathan Glazer, etc.)¹¹. Contrairement à ces « auteurs » de l'âge télévisuel, les réalisateurs les plus talentueux de ces dernières années (Martin de Thurah, Ace Norton) peuvent difficilement envisager, en termes économiques, de faire, même pour un temps, du clip une activité principale.

Un dernier impact important de la remédiation du clip sur Internet concerne l'apparition très récente de « clips interactifs » : il s'agit de clips conçus par programmation logicielle et créés spécifiquement pour le navigateur Internet, qui tirent parti des possibilités ludico-fonctionnelles de l'outil informatique, pour offrir, en ligne, un nouveau type de couplage dynamique entre la musique et l'image par exemple¹², ou entre le corps du récepteur et ses extensions¹³, ou encore entre l'espace domestique concret et le *cyberspace*¹⁴. Ces clips interactifs permettent la modification de l'œuvre par son spectateur¹⁵, voire sa participation effective à la réalisation de l'œuvre elle-même¹⁶. Cela concrétise un processus conjoint de collectivisation de la création (l'utilisateur devient le co-auteur du produit final) et d'individuation de la réception (chaque utilisateur obtient sa propre version de l'œuvre), qui est une sorte de « grossissement » des mécanismes de l'Internet participatif – qui nous permet donc d'observer ces mécanismes de manière très éclairante.

Tous ces aspects permettent de souligner que le médium Internet n'est pas une simple structure technique qui permet la diffusion des clips ; c'est également, de manière décisive, un dispositif formel et culturel qui leur confère une certaine signification, qui les « implémente »¹⁷, qui les fait fonctionner esthétiquement et culturellement d'une certaine façon. Soulignons en outre que

11 Sur cette question, voir Thorel, 2007.

12 Dans *I've seen enough des Cold War Kids*, réalisé par Sam Jones, on peut modifier les différentes pistes sonores (voix, guitare, batterie, basse, clavier) du morceau musical, représentées à l'écran par le musicien correspondant, en activité ou non (selon que la piste qu'il incarne est opérationnelle ou non) . Voir <http://www.coldwarkids.com/iveseenenough/>

13 Dans *3 Dreams of Black*, réalisé par Chris Milk pour le groupe ROME, l'utilisateur est invité à se « balader » dans un univers interactif généré à l'écran, au moyen de la souris. Voir : <http://www.ro.me/>

14 Dans *More is less de C-Mon & Kypski*, réalisé par R. Wouters et J. Puckey, le clip réagit à ce qu'enregistrent chez nous les capteurs de la webcam (devant lesquels nous sommes invités à produire des gestes). Voir <http://oneframeoffame.com/>

15 Dans *The Wilderness Dntown*, réalisé par Chris Milk pour le groupe Arcade Fire, vous entrez votre adresse postale, et le clip vous propose une animation Quicktime avec les vues Googlestreet de votre quartier. Voir <http://thewildernessdowntown.com/>

16 Le *Johnny Cash Project* de Chris Milk est un work in progress qui se génère en continu, et en temps réel, en intégrant les nouvelles images envoyées par les internautes participants. Voir <http://www.thejohnnycashproject.com/>

17 Voir Goodman, 1996, p. 54-59.

le numérique ne désigne pas seulement une structure de communication : il constitue également une modalité de création incorporant des innovations technologiques décisives, et, surtout, de nouveaux modes de plasticité. Les technologies numériques renforcent notamment la « malléabilité » de l'image. Celle-ci devient en effet information, système dynamique, susceptible d'être modifiée dans le moindre de ses éléments. Cela concerne à la fois : les motifs présents à l'image (images de synthèse, animations infographiques, etc.) et les procédés de mise en scène et de montage, avec des conséquences esthétiques parfois considérables : par exemple, le sur-découpage, souvent analysé dans les années 1980 et 1990 comme *la* marque formelle du clip, laisse de plus en plus souvent place à une logique quasi opposée : celle du plan-séquence, au sein duquel les trucages numériques déploient un univers protéiforme et évolutif.

Autre point important : grâce aux évolutions numériques, les formes d'association entre musique et image se complexifient. On peut à présent composer de véritables polyphonies visuelles entrant en correspondance harmonique totale avec l'orchestration musicale. Nous proposerons, dans ces cas-là, de parler de « numérisation de la composition musico-visuelle », ou d'expériences limites de synchronisation musique-images (comme dans le fameux clip de Michel Gondry pour le *Star Guitar* des Chemical Brothers, dans lequel la recomposition numérique du paysage défilant à la fenêtre du train devient, ni plus ni moins, la partition rythmique et plastique de la musique¹⁸). On peut ainsi dire que, si dans d'autres secteurs, le numérique n'a souvent fait que réactiver d'anciennes questions de représentation, dans le secteur du clip, il a accentué une tendance à l'émancipation vis-à-vis des autres formes audiovisuelles, en amenant les réalisateurs à explorer de nouveaux domaines de sensation et d'intellection.

Si l'on admet que la forme musico-visuelle du clip peut construire des expériences esthétiques singulières et communiquer des significations spécifiques sur le monde, on peut ainsi se demander ce qui se passe lorsque le numérique est à la fois le matériau *et le sujet* d'un clip. Autrement dit : comment certains clips peuvent-ils structurer notre expérience perceptive en problématisant la greffe de nos sens sur les processus informatisés dont nous nous servons quotidiennement, en exemplifiant dans leur matière musico-visuelle les émanations sensorielles de ces technologies que l'on dit trop souvent « dématérialisées », et en mettant ainsi en perspective leur impact sur nos vies, éventuellement dans un registre critique ? Prenons l'exemple du clip de *Gantz Graf* d'Alex Rutterford pour le groupe Autechre¹⁹ : un morceau conçu aléatoirement par programmation logicielle, associé à un objet numérique 3D programmé pour être modelé par les fréquences de la musique, aboutissent à une œuvre expérimentale et austère qui en quelque sorte semble manifester qu'elle « joue toute seule », et qui ce faisant nous dit la vérité de notre « condition numérique » de tous les jours : nous nous pensons connectés et agissant sur le monde, alors qu'en réalité nous sommes seuls, face à des logiciels que l'on programme pour nous.

18 Voir <http://www.youtube.com/watch?v=oS43IwBF0uM>

19 Voir <http://www.youtube.com/watch?v=AyJfHU4GoOQ>

Cette question d'une pensée du numérique au sein du clip peut, selon nous, être abordée en greffant le paradigme musico-visuel sur (au moins) deux piliers théoriques principaux : d'une part, le matérialisme numérique de Lev Manovich, qui fait de l'examen des principes du matériel informatique le fondement d'une « info-esthétique » des objets néo-médiatiques²⁰ ; d'autre part, la notion plus ancienne « d'expérience esthétique », dans le sens que lui confère la philosophie pragmatiste de John Dewey, qui consiste à penser l'impact des évolutions technologiques simultanément au niveau des formes esthétiques et au niveau des structures sensibles de la vie quotidienne²¹. Le clip est justement un art intermédial, accessible à tous, dont la forme musico-visuelle s'adresse en priorité à notre corps et à nos sens, pour les sensibiliser à un événement (que l'on considère rarement comme tel, car nous avons tendance, dans la vie quotidienne, à le « naturaliser ») : le remodelage de la configuration sensible de l'existence ordinaire par les dispositifs informatiques.

Revenons au postulat proposé en introduction, selon lequel il est important de ne pas considérer le clip seulement comme un symptôme de ces évolutions complexes, mais de l'approcher également comme un secteur de création où ces évolutions sont pensées et mises en perspective. Ce constat vaut également pour la réflexion autour de la fonction promotionnelle du clip. Dans cette perspective, il est possible de soumettre à l'étude un certain nombre de clips autoréflexifs, qui mettent en perspective leur propre mode de production et de diffusion, et qui exposent, de manière consciente et critique, leur propre condition : celle d'un produit culturel en régime capitaliste, soumis à la circulation globalisée et numérisée des contenus²².

20 Manovich, 2010.

21 Dewey, 2010 [1934]. *L'art est considéré par Dewey comme une organisation incarnée, expressivement épurée, des énergies naturelles présentes dans nos transactions vivantes avec notre environnement de tous les jours. L'expérience esthétique est donc liée à nos activités dites « ordinaires » en ce qu'elle préserve une continuité avec les traits génériques de notre expérience « courante » – de manière amplifiée ou intensifiée, cependant. Dans l'expérience esthétique en effet, ces « traits » sont portés à « l'avant-plan » de notre conscience par une opération de l'esprit et du corps qui leur octroie une importance accrue, un sens et une valeur intrinsèque. Une expérience sensorielle n'est donc dite « esthétique » que lorsqu'elle atteint sa plénitude – ce que l'organisation choisiste et fonctionnelle de la vie quotidienne entrave trop souvent selon Dewey. C'est pourquoi le philosophe en appelait à des formes d'art non transcendantales vis-à-vis de l'expérience quotidienne (Dewey était assez critique sur la muséification, qui relègue selon lui les œuvres dans un monde à part, éloigné de l'existence ordinaire et collective), mais au contraire insérées au cœur de cette dernière. Il militait ainsi pour des arts accessibles à tous sans concept, et qui s'adressent au corps, à nos sens, pour les sensibiliser à la configuration matérielle de la vie ordinaire, et leur permettre d'esthétiser cette dernière (pas forcément de l'approuver, mais de l'éprouver comme une véritable expérience, c'est-à-dire comme un mode organique d'être-en-relation).*

22 Parmi les dernières occurrences de cette tendance au sein des arts du clip, Matthieu Wonthke, le réalisateur du clip *Very busy people* pour le groupe *The Limousines*, n'a jamais rencontré les musiciens : il les a contactés par Internet, leur a demandé de lui envoyer des images, a monté ces dernières sur la musique en les remodelant et les associant à d'autres images trouvées sur Google ou Facebook, et traitées par des logiciels tels que Photoshop ou Final Cut. Et, chose la plus intéressante : il a fait de ce processus même le sujet de son clip, en reconstituant les principales étapes image par image, au moyen d'un étourdissant enchaînement de captures d'écran.

Si, depuis quelques années, le clip revient petit à petit dans le champ académique, ce dont on manque encore aujourd'hui, c'est d'une ethnographie de la création des clips dans le contexte du tout-numérique. Le but ici est d'étudier la façon dont les artistes et les producteurs culturels eux-mêmes s'approprient au jour-le-jour les nouvelles technologies, en fonction de la spécificité de leur moyen d'expression. Comme le suggère déjà le reste de l'article, ce travail de terrain devrait, selon nous, être réalisé à partir d'une conceptualisation théorique *en amont* de l'objet-clip. Cela semble nécessaire pour dépasser l'écueil, lors des entretiens avec les acteurs du secteur, de l'enregistrement de leurs idéologies professionnelles, sédimentées dans un usage fonctionnel du langage dominant adapté à leurs tâches courantes, et pour permettre à l'interaction de se « creuser » en direction de choses « qui ne se formulent pas habituellement », au motif, comme le disait Nietzsche, que « les mots nous barrent la route » : seule une part réduite de l'expérience esthétique se transmet par les mots, et les personnes impliqués dans des domaines culturels largement ignorés par les systèmes de légitimation apprennent à décrire leurs pratiques à des publics extérieurs (comme aux enquêteurs en sciences sociales) au moyen de discours purement descriptifs, vidés de la « substance vibrante » qui constitue le cœur de leur démarche (qui lui fournit sa puissance et sa cohérence) et qui relève, pour elles, de l'informulé ou de l'évidence implicite.

Bref, pour comprendre le clip dans toutes ses dimensions (esthétique, technologique, sociologique, etc.), nous pensons qu'il ne faut pas l'étudier comme « n'importe quelle autre forme audiovisuelle », mais qu'il est nécessaire, au contraire, de construire une méthodologie d'ensemble respectueuse de sa spécificité musico-visuelle. Tel est en tout cas le champ ouvert qui s'offre à nous, et pour lequel cet article entend proposer quelques pistes de réflexion, dans le contexte contemporain des médias numériques.

RÉFÉRENCES

- Allard, L. et Blondeau, O. (dir.). (2007, septembre). *Médiamorphoses*, 21, dossier « 2.0 ? Cultures numériques, cultures expressives », 19-112.
- Dewey, J. (2010). *L'Art comme expérience* [1934]. Paris, France : Gallimard.
- Gaudin, A. (2009). Matière visuelle, matière sonore : l'audio-vision haptique dans les clips de musique électronique. Dans A. Bordina, P. Dubois et L. R. Monteiro (dir.). *Oui, c'est du cinéma* (p. 50-63). Pasian di Prato, Italie : Campanotto.
- Gaudreault, A. (2008). *Cinéma et attraction. Pour une nouvelle histoire du cinématographe*, Paris, France : CNRS.
- Goodman, N. (1996). *L'Art en théorie et en action*. Paris, France : L'Éclat.
- Keazor, H. et Wubben, T. (dir.). (2010). *Rewind, Play, Fast Forward. The Past, Present and Future of the Music Video*. Bielefeld, Allemagne : Verlag.
- Manovich, L. (2010). *Le Langage des nouveaux médias* [2001]. Paris, France : Les Presses du réel.
- Pirene, C. (2012). *Une Histoire musicale du rock*. Paris, France : Fayard.
- Tagg, P. (2012). *Music's Meaning. A Modern Musicology for Non-Musos*. New York : Mass Media Music Scholar's Press.
- Thorel, B. (2007). Les valets de pied. Dans *Playback – Catalogue d'exposition*. Paris, France : Musées de la Ville de Paris.
- Rutterford, A. (2002). *Gantz Graf* (Autechre).
- Wonthke, M. (2011). *Very busy people* (The Limousines).
- Wouters, R. et Puckey, J. (2010). *More is less* (C-Mon & Kypski).

LISTE DES CLIPS ÉVOQUÉS

- Gondry, M. (2002). *Star Guitar* (Chemical Brothers).
- Jonas et François. (2007). *D.A.N.C.E.* (Justice).
- Jones, S. (2009). *I've seen enough*. (Cold War Kids).
- Milk, C. (2011). *3 Dreams of Black* (ROME).
- Milk, C. (2010). *The Wilderness Downtown* (Arcade Fire).
- Réalisateur non répertorié (2006). *Here it goes again* (OK Go).
- Réalisateur non répertorié (2007). *Die Konkurrenz* (Wir sind Helden).

Conditions de publication

1. MEI publie des articles originaux relatifs aux différents domaines d'étude de la communication, de la médiation et des Sciences de l'information.
2. Les articles sont publiés en français ou en anglais.
3. Tout chercheur peut proposer d'organiser un numéro thématique. Après acceptation du projet par la Direction de MEI « Médiation et information », un fonctionnement éditorial délégué se met en place. La Direction invitée s'engage alors à respecter la prémaquette suivante :
 - Ouvrant le numéro, un « Entretien » rassemble les propos d'une ou plusieurs personnalités dont les travaux sont pertinents pour le thème choisi. Longueur de cette partie : 120 000 signes, notes et espaces compris.
 - Composant le cœur du numéro, les articles thématiques sont sélectionnés par la Direction invitée, après appel à contribution. Les articles sont soumis à l'avis et aux demandes de correction éventuelles du Comité de lecture. Chaque article est accompagné d'un résumé en français et en anglais. Longueur de chaque contribution : 25 000 signes, notes et espaces compris.En conséquence de quoi, chaque numéro compte environ 180 pages.
4. Les articles et leur résumé sont envoyés par courrier électronique (format d'échange .doc ou RTF).
5. Les notices bibliographiques sont présentées en suivant la codification de l'American Psychological Association (APA, sixième édition) de la manière suivante : Nom, Initiale du prénom (date). Titre article ou chapitre. Titre ouvrage, film ou exposition. Lieu : Éditeur. (Exemple : Greimas, A. J. (1983) *Du sens II. Essais sémiotiques*. Paris : Seuil)

6. Les graphiques, schémas, etc., doivent être d'excellente qualité. Ils sont fournis sur support électronique (définition : 300 dpi). Pour les illustrations et les hors-textes soumis au droit d'auteur, l'auteur(e) doit obtenir les autorisations de reproduction qui ne peuvent être à la charge de la revue.
7. Tout article soumis pour la publication est considéré comme un travail original, non publié ailleurs ni proposé à d'autres journaux ou revues. S'il est accepté, il ne sera pas publié ailleurs sous la même forme, en aucune langue, sans l'accord de la Rédaction.
8. La Rédaction décide de la publication des articles proposés et peut demander aux auteur(e)s les modifications du texte jugées nécessaires. Le comité de lecture de MEI opère en double aveugle. Il contribue au contrôle scientifique des articles et propose aux auteurs des corrections et des adaptations de contenu.
9. Après intégrations des corrections par l'auteur, l'article corrigé est renvoyé au comité de rédaction pour publication.
10. Après parution, l'Auteur(e) reçoit un exemplaire de la revue et un tiré à part numérique en PDF de son article.

Toute correspondance est à adresser à :
Éditions Op. Cit. - Revue MEI. Médiation et information
6, rue des Rosiers, 75004 Paris (France)
Tél. & fax : 33 (0) 1 49 40 66 57

Numéros parus

N° 1 (1993). La télévision. — Entretien avec Éli-séo Véron. — D. Chateau, « Horlogisme ». M. Coulomb-Gully, « Nouvelles tendances en communication politique ». J. Mottet, « Stéréotype et fiction télévisée ». S. Proulx, « Note pour une ethnographie des téléspectateurs ». B. Darras, « La kermesse électronique ».

N° 2 (1994). Varia. — Entretien avec Edwy Ple-nel. — A. Mons, « L'expérience imagologique ». J. Jouët, « Le changement social à l'aune des technologies de communication ». J. P. Cotteret, « Réel ? Virtuel ? »

N° 3 (1995). Qu'est ce que la culture au-jour-d'hui ? — Entretien avec Jack Lang. — J. Caune, « Pour une politique de la médiation artistique ». B. Lalanne, « L'argent de la Culture ». B. Darras, « Géométrie de la Culture ». G. Lapassade, « La culture juvénile ». X. Dupuis, « Quand le monde musical déchanté ». P. Ber-thier, « La voix de Jeanne, les seins d'Hélène ».

N° 4 (1996). Espace sémantique de la communi-cation (I). — Entretiens avec Francis Balle, Jean Pierre Balpe, Daniel Bougnoux, Dany Dufour, Bernard Miège, Serge Proulx, Lucien Sfez. — P. Durand, « Genèse sociale et formation sociologi-que du concept moderne de communication. Perspective d'une recherche en cours ». B. Darras, « Approche étymologique de "Communication", les modalités de mei et de munus ». P. Picq, « La préhistoire de la communication ».

N° 5 (1996). Espace sémantique de la commu-nication (II). — Entretiens avec Rodolphe Ghi-gione, Geneviève Jacquinet, Armand Mattelart, Pierre Moeglin, Jean Mouchon, Eliseo Veron. — Y. Winkin, « La communication dans l'Encyclo-pédie ». C. Baltz, « La communication dans la passe ? ». M. Amorim, « Problème de média-tion : le texte de recherche comme objet cultu-rel ».

N° 6 (1997). Icône-Image. — Entretiens avec Dominique Chateau, M. Costantini, J. M. Floch, Pierre Fresnault-Deruelle. — J. Fiset, « Signe iconique, signe visuel ». D. Chateau, « La théorie peircienne dans son cadre sémiotique : la question de l'icône ». J. P. Esquenazi, « Peirce et (la fin de) l'image : sens iconique et sens symbolique ».

P. Verhaegen, « L'iconicité ». B. Darras, « Anna M. Kindler, L'entrée dans la graphosphère : les icônes de gestes et de traces. Approche sémiotique et cognitive ». J. P. Meunier, « Y a-t-il de l'image dans le verbe ? Pour une reformulation des rap-ports entre l'analogique et le digital ». C. Saouter, « Espace public et espace publicitaire : analyse iconique et interprétation d'un corpus ».

N° 7 (1997). Image et média. — P. Fresnault-De-ruelle, « Les portraits des Présidents de la Répu-blique : la lente dérive d'un genre ». P. Lardellier, « L'Image incarnée, une généalogie du portrait politique ». M. Vouga, « Perspectives sur le lan-gage des photographies ». A. M. Christin, « Pro-positions sur la pensée visuelle de Gaëtan Gatian de Clérambault ». M. Chénétier, « Petite sale ». P. Barboza, « Télévision et réalité, événement élec-tronique et sa vérité ». G. Lochar, « Les images de télévision. Repères pour un système de classifica-tion ». J. L. Weissberg, « Les images hybrides : vir-tualité et indicialité ». E. Reith, « Quand les psy-chologues étudient le dessin ».

N° 8 (1998). Son et voix. — Entretien avec Michel Chion. — P. Berthier, « Territoires de la voix ». N. Verin, « Quelques notes de programme pour la musique d'aujourd'hui ? ». G. Boudinet, « Petite archéologie d'un "inter-dit" sonore : rockers et rap-pers ». F. Mellet, « Pédagogie de la voix chantée et hypermédia ». G. Loizillon, « L'analyse et la syn-thèse sonore : un point de vue musical sur le son ». O. Kisseleva, « Quatrième dimension : essai sur la place du son dans le cyber art ». P. Lardellier, « Du silence et des malentendus qui l'entourent ».

N° 9 (1998). Voix et média. — M. Chion, « Les nouveaux masques de la voix ». J. Moure, « Du silence au cinéma ». G. Delavaud, « Télégénie de la parole ». E. Laurentin, « Bribes ». J. L. Jacopin, « Voix d'acteurs ». M. Thonon, « Qui parle ? ». F. Casanova, « La voix de musée ? ». A. Mons, « Le silence de la photographie, la brû-lure de l'image ».

N° 10 (1999). Histoire et communication. — En-tretiens avec R. Chartier, A. Mattelart, P. Breton, P. Flichy. — Témoignages : C. Bertho-Lavenir, M. Thonon. Y. Winkin, « Munus ou la com-munication. L'étymologie comme heuristique ». T. Wuillème, « Pour une histoire politique de la communication ». P. Rasse, « L'histoire pour analyser le monde contemporain : l'espace public ».

et les musées ». J. P. Esquenazi, « Une histoire télévisuelle de l'espace public ». M. P. Fourquet, « Un siècle de théories de l'influence : histoire du procès des médias ». J. Perriault, « Les fantasmagores. De l'innovation dans les arts visuels ». J. Davallon, « Communication politique et images au XVII^e siècle ».

N° 11 (1999). **Multimédia et savoirs.** — Entretien avec D. Harvey, C. Lemmel ; D. Peraya ; B. Goldstein, J. Perot. — F. Casanova & B. Darras, « Multimédia et métasémiotique iconique ». C. Cazes & N. Bernard, « Mise en place d'un observatoire de l'utilisation du multimédia ». B. Darras, « Multimédia et éducation aux images ». C. Depover, « Sur quoi fonder l'efficacité d'un dispositif multimédia ? ». P. Froissart, « La formation assistée par ordinateur ». P. Moeglin, « Multimédia à l'école : la confusion des genres ». P. Marton, « Re-humanisation de la pédagogie au premier cycle universitaire ». C. Welger-Barboza, « Vers une didactique documentaire ».

N° 12 13 (2000). **Médias : 1900 – 2000.** — P. Berthier, « Un conte à rebours ». G. Gouëzel, « La presse écrite », P. Fresnault-Deruelle, « Ernest Maindron, Les affiches illustrées ». J. J. Boutaud, « Entre Balzac et Barthes : du temps de l'annonce à la rhétorique de l'image ». P. Barboza, « L'utopie photographique ». D. Chateau, « Étienne-Jules Marey à côté du cinéma... ». P. Rasse, « La foi du prince : musées d'histoire naturelle et idéologie du progrès scientifique ». G. Delavaud, « La télévision avant la télévision ». M. Thonon, « Le secret, les oiseaux et la fortune ». C. Bertho-Lavenir, « 1891 : le photophone et les réseaux ». B. Darras, « Du pantélégraphe à la télécopie ». S. Katz, « Rêver la voix ». D. Vandiedonck, « Passer des disques : passé de la musique ? ». J. Bouchard, « La révolution de l'informatique n'a pas eu lieu ». P. Froissart, « L'invention du "plus vieux media du monde" ». A. Mons, « La communication lumière de la ville ».

N° 14. **Recherche et communication.** — Entretien avec A. Mattelart. — T. Lancien, H. Cardy, J. Delatte, G. Delavaud, P. Froissart, A. Rodionoff, M. Thonon, P. Tupper, « La recherche en communication en France. Tendances et carences ». P. Schlesinger, « Recherche sur les médias et culture de l'audit ». M. de Moragas Spa, « La recherche en communication en Espagne. Défis et

prospective ». Y. Winkin, « La recherche en communication en Belgique francophone. Entretien avec T. Lancien ». M. Sénécal, « Technologies, recherches et acteurs sociaux. Retour historique sur le développement de la recherche en communication au Québec et au Canada. Échanges entre les participants à la Journée d'étude, « Communication : quels liens entre recherche et société ».

N° 15 (2001). **Anthropologie et communication.** — Entretien avec M. Augé, J. Perriault et Y. Winkin. — S. Zenkine, « L'échange symbolique et sa temporalité chez Jean Baudrillard ». J. J. Boutaud & P. Lardellier, « Une sémio-anthropologie des manières de table ». P. Quettier, « Un exemple de système de connaissances empiriques en SIC : les kata dans les arts martiaux japonais ». F. Martin-Juchat, « Anthropologie du corps communicant. État de l'art des recherches sur la communication corporelle ». V. Meyer & J. Walter, « Les médiations mémorielles des batailles de Spicheren ». F. Dorey & J. Davallon, « La Collégiale Saint-Barnard à Romans. Des pratiques culturelles dans un espace culturel : re-catégorisation des espaces, conflits et compromis ». C. Lebreton, « Pour une grammaire de la ville. Approche ethnographique des pratiques piétonnières en milieu urbain ». T. Roche, « L'anthropologie visuelle : un modèle dialogique ». R. Lioger, « L'entretien ethnographique, entre information et contre-transfert. L'inconscient est-il soluble dans la relation informateur / ethnologue... ? ». J. Lagane, « Vers une approche ethnographique des représentations des TIC au sein des PME malaisiennes ». F. Casalegno, « Mémoire collective et « existence poétique » en réseaux. Éléments pour la compréhension des rapports entre nouvelles technologies, communautés et mémoire ». F. Rastier & M. Cavazza, « Sémiotique et interactivité ». C. Genin, « Contre Internet, l'inquiétante extase de Finkielkraut et Soriano ».

N° 16 (2002). **Télévision. La part de l'art.** — Entretien avec C. Guisard, J. P. Fargier, P. Chevalier et P. Sorlin. — D. Chateau, « La télévision au défi de l'art ». F. Jost, « La télévision entre "grand art" et pop art ». N. Nel, « La fonction artistique de la télévision. Réalités et limites ». M. C. Taranger, « Un "huitième art" ? Formes et fonctions du discours sur l'art télévisuel ». G. Delavaud, « Un art de la réalité : les premières fictions de "télé-vérité" ou la télévision par excellence ». J. P. Esquenazi, « L'inventivité à la chaîne : formule des séries télévisées ». P. Marion,

« Glacis d'actualité, effet clip et design télévisuel. Fragments d'une esthétique du petit écran ». G. Soulez, « L'art de la télévision comme "art brut" ». À partir d'une correspondance entre Dubuffet et P. Schaeffer ». P. Bouquillion, « La culture et la communication face à la concentration industrielle et à la financiarisation ». C. Feld, « La télévision comme "scène de la mémoire" : les images du Procès des dictateurs argentins ». H. Fihey-Jaud, « Évolution d'un média : naissance d'une troisième génération de télévision ».

N° 17 (2002). Musique. Interpréter l'écoute. — Peter Szendy : « Musique : interpréter l'écoute » (entretien avec É. Da Lage-Py, F. Debruyne et D. Vandiedonck). Antoine Hennion, « Une pragmatique de la musique : expériences d'écoutes. Petit retour arrière sur le séminaire Aimer la musique ». F. Debruyne, « Mes disques préférés. Comment partageons-nous nos écoutes ? ». Y. Jeanneret, « Le monde de la musique de Romain Rolland. Figure auctoriale, communication littéraire et travail de l'écriture ». D. Vandiedonck et T. Lamarche, « Carte postale de Venise. Représenter la musique ». É. Da Lage-Py, « Interprétation musicale et filiation, ou l'opacité retrouvée ». V. Tiffon, « Pour une médiologie musicale ». V. Rouzé, « À l'écoute du quotidien. Le cas de la musique diffusée dans les lieux publics ».

N° 18 (2003). Jeux, médias, savoirs. — Entretien avec A. Giordan. — G. Brougère, « Le jeu entre éducation et divertissement ». D. Buckingham, « Pédagogie populaire au London's Millennium Dome ». B. Hébuterne-Poinssac, « Homo sensibilis et edutainment ». M. Frenette, « Se distraire et en mûrir. Regards croisés sur le divertissement télévisuel éducatif ». S. Davin, « La diffusion de l'information dans les séries télévisuelles ». B. Darras, « La culture télévisuelle à l'épreuve de la réalité ». F. Parouty-David, « Esthétique des jeux et des valeurs dans les programmes de télévision ». J. Dalbavie et D. Jacobi, « Jeu télévisé et culture populaire. Le cas de la chanson ». F. Calcagno-Tristant, « Rhétorique du multimédia. Le cas du jeu éducatif scientifique animalier ». J. P. Carrier, « Des jeux d'aventure pour apprendre ? ». E. Lambert, « Multimédia et médiation culturelle. Récréation, re-création de(s) sens ». D. Morizot, « L'écriture en jeu. Fuite ou invention du quotidien ». F. Georges, « Du stade du miroir au stade de l'écran. La représentation de soi comme dynamique d'apprentissage dans le logiciel ludo-éducatif en ligne *Adi 5e Mathématiques* ».

N° 19 (2003). Médiations & médiateurs. — Entretien avec J. Caune, B. Darras et A. Hennion (par M. Thonon). J. Davallon, « La médiation : la communication en procès ? ». B. Darras, « Étude des conceptions de la culture et de la médiation ». S. Katz, « L'écran comme médiation vers l'infigurable ». M. C. Bordeaux, « Une médiation paradoxale : "La danse, une histoire à ma façon" ». A. Rodionoff, « De l'empire du métissage... ». O. Jeudy, « Les arts de la rue et les manifestations festives des villes ». M. Thonon, « Les figures des médiateurs humains ». F. Julien-Casanova, « Comment la médiation culturelle. La pratique d'un mode-modèle et ses actualisations : les interventions de type conversationnel en présence directe ». B. Dufrêne & M. Gellereau, « Qui sont les médiateurs culturels ? Statuts, rôles et constructions d'images ». T. Lancien, « La médiation journalistique au risque du numérique ». T. A. L. Pham, « Des médiateurs (culturels) dans un centre d'art ». M. Monier, « Un site de création contemporaine et son public : le Palais de Tokyo, ou l'utopie de proximité ». Virginie Gannac-Barnabé, « La Saline royale d'Arc-et-Senans. L'influence des médiateurs dans la construction d'une singularité culturelle ». Silvia Filippini-Fantoni, « La personnalisation : une nouvelle stratégie de médiation culturelle pour les musées ».

N° 20 (2004). Sexe & communication. — Entretien avec Shere Hite (par Julie Bouchard & Pascal Froissart). M. H. Bourcier, « Pipe d'auteur. La "nouvelle vague pornographique française" et ses intellectuels (avec J. P. Léaud et Ovidie, C. Millet et son mari, et toute la presse) ». C. Détrez, « Du quiproquo au monologue ? Rapports sexuels et rapports de sexe dans la littérature féminine contemporaine ». M. C. Garcia & P. Mercader, « Immigration, féminisme et genre dans le traitement médiatique du mouvement "Ni putes ni soumises" ». J. C. Soulages, « Le genre en publicité, ou le culte des apparences ». F. Martin-Juchat, « Sexe, genre, et couple en publicité. Une tendance à la confusion ». M. Charrier-Vozel & B. Damian-Gaillard, « Sexualité et presse féminines. Éros au pays du dévoilement de soi ». I. Gavillet, « Constructions sociales, scientifiques et médiatiques d'un lieu commun. L'acceptation croissante de l'homosexualité à la télévision ». J. Ibanez Bueno, « Ouvertures phénoménologiques sur la télécommunication sexuelle électronique ».

M. Toulze, « Une journée au Salon de l'érotisme. La confusion des genres ». J. Plante, « Le public féminin, victime des médias ? Le cas des consommatrices de films pornographiques ». F. Georges, « La fiction identitaire de Ginger Bombyx, ou l'hédonisme de la spécularité ». P. Merlet, « Les représentations de la sexualité dans les articles "Femme" et "Homme" du TLF ». A. Tavernier, « De la parité de genre à l'égalité des sexes. La construction d'un référentiel médiatique ».

N° 21 (2004). **Espace, corps, communication.** — Entretiens avec Anne Cauquelin et François Laplantine, « Espace, corps, communication » (par A. Mons). S. Lavadinho & Y. Winkin, « Quand les piétons saisissent la ville. Éléments pour une anthropologie de la marche appliquée à l'aménagement urbain ». A. Gauthier, « Du côté de l'immobilité ». P. Baudry, « L'espace des morts, l'enjeu de l'incommunication ». P. Fresnault-Deruelle, « Hergéographie ». A. Mons, « Glissement des images et appréhension des lieux ». J. M. Noyer, « Remarques sur la conversion topologique cerveau-monde ». M. Sobieszczanski, « Est-ce qu'un bras parle ? ». A. Boulloires, « De la présence du corps dans les "réalité virtuelle" ». N. Hillaire, « Les métamorphoses du mur. Paroi, rideau, écran, téléprésence ». F. Séguret, « Otsuka Art Museum, ou l'esthétique du virtuel dans la circularité de l'espace mondialisé ». O. Jeudy, « Buster Keaton, un défi au "morphing" ». A. Milon, « Tracé de corps. Artaud redéployé dans Bacon ». B. Goetz, « La chambre, ou "Le scandale s'abrite dans la nuit" ». L. Devel, « La figuration des corps de la ville. Photographie et cinéma de la fragmentation ». F. Seyral, « Des corps en suspens. Espace, image, temps chez Bill Viola ». A. Jarrigeon, « Vers une poétique de l'anonymat urbain ».

N° 22 (2005). **Transparence et communication.** — D. Bougnoux et S. Tisseron, « Paradigme analytique, paradigme sensible », entretiens avec Jean-Jacques Boutaud. J. Walter, « Mondes professionnels de la communication et transparence. De la codification à la régulation ». O. Arifon, « De la transparence en diplomatie. Entre vision idéale et nécessités de communication ». P. Ricaud, « Opacité et transparence de la prison ». A. Mercier, « Médias d'information et transparence. De l'idéal aux sombres réalités ». N. Pignier, « Le blog, symptôme viral de l'intimité ». O. Galibert, « La transparence dans les communautés vir-

tuelles. Entre liberté d'expression, instrumentalisation marchande et surveillance ». C. Duteil, « Marjorie vous dit tout, ou comment les publicités pour les produits bio communiquent... ». R. Ferreira Freitas, « Jeux de transparence entre-murs. La culture de la peur et les malls de Rio de Janeiro ». S. Floriant, « Transparence et musée ? "Corpus" ou l'économie d'un système de visualisation ». E. Mahé, « Transparence et régimes de visibilité. L'invisibilité comme forme du visible ». K. Tinat, « La transparence du corps féminin. Regards croisés entre anorexie mentale et pornographie ». N. Aliouane, « Télévision : transparence ou apparence ? ». N. Giraud, « Quand l'ordinateur se dévoile. Entre immédiateté et ralentissement perceptifs ».

N° 23 (2005). **Le corps, le vin & les images.** — Entretien avec François Dagognet, « Le vin que nous célébrons » (par H. Cahuzac & M. Joly). H. Cahuzac & B. Clavier, « De l'expérience phénoménale aux images mentales. Théorie des qualia et sémiotique qualitative ». J. Candau, « Vin, arômes, couleurs et descripteurs sensoriels. Quel partage de la dégustation ? ». P. Marion, « Images de l'ivresse / la griserie. Disjonction et musicalité corporelles ». J. P. Allaire, « En-deçà et au-delà des images. Le Réel du vin ». L. Dax, « L'ivresse du Tintoret. Le corps et le vin dans les Cènes du Tintoret ». R. Grisolia, « L'"esprit de vin". Mythologie, transformation et aberration de l'image corporelle dans Fellini Satyricon et La grande bouffe ». H. Larski, « Cinéma américain et vin. Du sacré à l'amitié virile, de l'amour interdit au plaisir charnel féminin, du repli sur soi à l'ouverture au monde ». D. Belcèil, « Le vin dans la liturgie catholique aujourd'hui. La restauration de la communion des fidèles au calice depuis le concile Vatican II après plusieurs siècles de disparition ». M. Versel & O. Laügt, « Du vin au corps, mots de fête ». A. Grigorieva, « Vieillesse du vin, vieillesse de l'homme. L'image du vin dans l'Antiquité classique ». B. Rafoni, « Romanée-conti 1935, un roman interculturel ». J. Fontanille, « Paysages, terroirs, et icônes du vin ». É. Pothier, « Le courtier bordelais ou la dynamique sensible des solidarités viticoles au XIXe siècle ». G. Laferté, « Image aristocratique et image vigneronne des vins. Lutte pour l'appropriation de la valeur ajoutée en Bourgogne dans l'entre-deux-guerres ». D. Tsala Effa & S.-K. Baik, « Le corps du buveur. Occident / Extrême-Orient ».

N° 24-25 (2006). *Études culturelles & Cultural Studies*. — Entretiens avec Marie-Hélène Bourcier, François Cusset et Armand Mattelart, « Les études culturelles sont-elles solubles dans les Cultural Studies ? » (par B. Darras). J. Baetens, « “Cultural Studies” n'égalent pas “études culturelles” ». C. Genin, « Les études culturelles : une résistance française ? ». B. Darras, « La tache aveugle. Approche sémiotique et systémique du paradigme de l'agency ». M. Thonon, « Les fractures culturelles françaises ». M. H. Bourcier, « Études culturelles et minorités indisciplinées dans la France métropolitaine ». L. Béru, « La banlieue, révélatrice de l'utilité des “French Cultural Studies” ». Pour l'étude des (non)-dits ethno-raciaux français ». M. C. Naves, « Les études culturelles pour penser le communautarisme en France depuis le début des années 1990 ». M. J. Bertini, « Un mode original d'appropriation des Cultural Studies : les Études de genre appliquées aux Sciences de l'information et de la communication. Concepts, théories, méthodes et enjeux ». P. Rasse, « Les Cultural Studies et l'étude des cultures populaires ». P. Fresnault-Deruelle, « “Immuable, à grands pas”, ou le Défilé du juillet ». V. Rouzé, « Les pratiques culturelles en question. Interdisciplinarité et quotidienneté au travers de la musique ». R. Rickenmann, « La question de la réception culturelle dans les enseignements artistiques ». S. K. Hong-Mercier, « Les études culturelles et le phénomène de Hal-lyu (Korean Wave) en Asie de l'Est ». O. Arifon, « Comprendre les logiques de la médiation diplomatique, une application du décentrement culturel ». C. Castellano, « La Malinche : médiatrice transcontinentale ». S. Bahry & B. Darras, « Mutation linguistique et nouveaux médias. Mosaïque linguistique en Tunisie ». S. Belkhamza & B. Darras, « Culture matérielle et construction de l'identité culturelle. Discours, représentations et rapports de pouvoir ». L. Bolka-Tabary, « La circulation des contenus télévisuels au cœur des pratiques médiatiques. Perspective sémio-pragmatique et héritage culturaliste ». M. Cervulle, « De l'articulation entre classe, race, genre et sexualité dans la pornographie “ethnique” ». R. Di Lorenzo, « Notre musée d'autrui. Réflexions sur la beauté du Musée du Quai Branly ». É. Kredens, « La réception mosaïque de la télé-réalité : la jeunesse et la multiplicité des regards ». S. Lesenne, « Études culturelles et culture de l'écrit. Considération épistémologique du phénomène de lecture ».

N° 26 (2007). *Poétiques de la bande dessinée*. — Entretien avec Jirô Taniguchi réalisé par Benoît Peeters. Christophe Genin, « Cadre et démesure. Little Nemo sans repères » (sur Winsor McCay). Pierre Fresnault-Deruelle, « Hergé, ou L'intelligence graphique ». Yves Lacroix, « Une esthétique de la contrainte » (sur Charles M. Schulz). Viviane Alary, « Tardi, sa marque, son souffle ». Philippe Marion, « Nomadisme et identité graphique. Moebius, une poétique de l'errance ». Erwin Dejasse, « L'histoire du monde où tout peut exister » (sur Fred). Vincent Baudoux, « Rumeurs... » (sur Jean-Jacques Sempé). Bernard Darras, « Corto Maltese, l'espace recomposé par la conscience et la mémoire » (sur Hugo Pratt). Boris Eizykman, « Keep on... Crumbin' » (sur Robert Crumb). Philippe Marcelé, « Alberto Breccia, “Thumoriste sanglant” ». Jan Baetens & Hilde Van Gelder, « Permanences de la Ligne claire. Pour une esthétique des trois unités dans L'ascension du Haut-Mal de David B. ». Sylvain Lemay, « L'Origine de Marc-Antoine Mathieu, ou Le surcroît de l'œuvre ». Pierre Alban Delanoy, « L'instabilité stylistique d'Art Spiegelman ». Jacques Samson, « Une vision furtive de Jimmy Corrigan ». Mario Beaulac, Pierre Fresnault-Deruelle et Jacques Samson, « Bibliographique sélective. Pour une poétique de la bande dessinée ».

N° 27 (2007). *Habiter, communiquer*. — Jean Mottet, Caroline Renard & Chris Younès, « Questions à Abbas Kiarostami et Henri Gaudin ». Benoît Goetz, « La “maison” des philosophes (à partir d'une lecture de Martin Buber) ». Chris Younès, « La maison de l'impossible ». Thierry Paquot, « La “maison du futur”, une invention récurrente ? ». Jean-Louis Leutrat & Suzanne Liandrat-Guigues, « La maison aux couloirs qui bifurquent ». José Moure, « La crise de l'habiter dans le cinéma d'Antonioni : la maison comme lieu d'inhabitation ». Pierre Fresnault-Deruelle, « Moulinsart, demeure aspirante et refoulante ». Jean Mottet, « Habiter le périurbain : une tradition américaine ». Thierry Paquot, « Maison et écologie ». Wissam Mouawad, « Fermeture et ouverture de la maison arabe traditionnelle ». Taos Mérad, « La maison chez Miyazaki : rêve et quotidien ». Alya Belgaroui-Degalet, « Les Desperate Housewives en leurs maisons ».

N° 28 (2008). *La communication nombre*. — Julie Bouchard, « Communiquer, gouverner, et être gouvernés par les chiffres. Questions à Jacques

Durand et Alain Desrosières ». Julie Bouchard, « La communication, le nombre, et le néolibéralisme ». Étienne Candel, « Une rationnalité quotidienne de statistiques. La pratique éditoriale du "chiffre du jour" dans la presse écrite ». Laurent Béro, « Statistiques ethniques, débats sociétaux et études en communication. L'universalisme français à la lumière du différentialisme anglosaxon ». Stéphanie Hurez, « Des statistiques à mi-chemin entre dits et non-dits : étude des rapports d'activités disponibles sur le secteur du téléachat ». Alexandre Coutant, « Convaincre dans l'incertitude. Les publicitaires et les chiffres ». Frédéric Lebaron, « Comment mesurer les "performances" des universités ? Quelques réflexions sur la mise en place d'indicateurs à l'Université de Picardie ». Vincent Petitot, « L'organisation, charnier de chiffres ». Roger Bautier, « L'impérialisme des statistiques de réseaux ». Anne-Claire Jucobin, « L'État "statistique", l'objectivité et la transparence ». Jean-Baptiste Comby, « Statistiques et imputations de responsabilité. "Les Français sont responsables de 50 % des émissions de gaz à effet de serre" ». Anthony Mathé, « Regards sémiotiques sur les statistiques en cosmétique ».

N° 29 (2008). **Communication, organisation, symboles.** — Claudine Batazi, Céline Masoni Macroix. Entretiens. « La fonction symbolique créatrice de lien ». Questions de Daniel Bougnoux et Michel Maffesoli par Claudine Batazzi et Céline Masoni Macroix. Questionner de nouveaux enjeux symboliques pour les organisations : la communication environnementale et la « communication responsable », Françoise Bernard. « Éthiques et contextes organisationnels », Christian Le Moëne. « Qualité, projet, numérique : trois variations symboliques de l'efficacité gestionnaire », Gino Gramaccia. « Efficacité symbolique du discours : la figure de l'utopie », Claudine Batazzi. « Des comptes aux contes », Nicole D'Almeida. « De l'usage du symbolique dans l'élaboration d'un sens commun : entre management et manipulation », Henri Alexis. « De la désymbolisation des relations interpersonnelles à l'œuvre dans certaines sphères entrepreneuriales... », Pascal Lardellier. « L'émergence de formes. La forme réticulaire, de la culture à la communication, Céline Masoni Macroix. La convivialité en entreprise. Topique et topographie d'une figure sensible, Jean-Jacques Boutaud & Mihaela Bonescu. Présence numérique : du symbolique à la trace, Louise Merzeau. Corps, nombre, lumière. Les phénomènes colorés d'Œil-océan, image 3d expérimentale », Anne-Sarah Le Meur. « Action de médiations symboliques pour la construction d'une représentation dans une cité », Natacha Cyrulnik. « Ce que dit le doigt de l'ange », Michel Cals.

N° 30-31 (2009). **Objets et Communication** — Bernard Darras et Sarah Belkhamza. Entretiens. « Design et Communication ». Questions de Bernard Darras et Sarah Belkhamza à 5,5 Designers : Claire Renard, Anthony Lebossé et Jean-Sébastien Blanc. « Architecture and the shaping of thought », Andrzej Piotrowski. « Le circuit de la culture et le designer : nouvel intermédiaire culturel ou technicien ? », Gavin Melles. « The secret lives of ANT's », Johann van der Merwe. « Co-constructing meaning with materials in innovation workshops », Trine Heinemann, Robb Mitchell & Jacob Buur. « Objets, culture, valeurs et marque », Jérôme Guibourgé. « La patrimonialisation comme arme concurrentielle », Nathalie Audigier. « The design contest: the function, form, and meaning of the Bell telephone, 1920-1939 », Jan Hadlaw. « Le gaucher contrariant : critique de l'objet polarisé », Christophe Genin. « L'objet symbolique sacré du bouddhisme et son double mode de communication dimensionnelle : la pagode et le mandala », Jung-Hae Kim. « On the shine of things and the uses of Gleaming », Keith Russell. « La table qui désire la communication. Ponge and the object », Jung-A Hue.

N° 32 (2010). **Mémoires et Internet** — Nicole Pignier et Michel Lavigne. « De l'Internet à la mémoire humaine », Nicole Pignier. Entretiens. « Les usages de l'Internet : quelles conséquences sur la mémoire humaine ? ». Questions de Michel Lavigne et Nicole Pignier à Nathalie Roelens et Ugo Volli. « Les harmoniques du Web : espaces d'inscription et mémoire des pratiques », Yves Jeanneret. « Quelles mnémotechniques pour l'Internet ? », Olivier Le Deuff. « L'Internet comme orthèse cognitive : nouveaux usages de la mémoire », Thierry Gobert. « Du butinage réflexif à la spatio-temporalisation des informations sur le Web », Étienne Armand Amato. « Internet, la mémoire et le corps », Michel Lavigne. « De la pratique médiatique comme topo-graphie d'une mémoire collective », Eléni Mitropoulou. « Quand l'INA propose ses « archives pour tous » D'une mémoire télévisuelle à la naissance d'une télévision-mémoire en ligne », Benoit Lafon. « De l'espace du parcours à l'espace du savoir », Odile Le Guern. « Pratiques et temporalités des réseaux sociométriques : logique de flux et logique d'archive », Alexandre Coutant - Thomas Stenger. « La logique de médiation de pratiques de mémoire dans des sites agrégatifs du tourisme », Émilie Flon. « Mémoire humaine et expérience de soi par le Web », Fanny Georges. « L'étrange objet webfilmique et la compétition mémorielle sur le Web 2.0. Exemple d'une fabrication de la mémoire des pieds-noirs », Djermua Maazouzi. Les web-documentaires : nouvelles écritures multimédias au service de la mémoire collective ?, Sophie Barreau-Brouste.

N° 33 (2011). Littérature et Communication : la question des intertextes — Alain Payer. « Les intertextes, objets socioculturels entre le littéraire et le communicationnel ? », Alain Payer. Entretien. « Littérature et Communication ». Questions d'Alain Payer à Jan Baetens, Yves Jeanneret et Thierry Lancien. « Les titres de presse dans *The Shipping News* : intertexte et caractérisation », Florent Moncomble. « Quand le Sam Spade de Dashiell Hammett devient celui de John Huston. Hammett revu et corrigé par Hays et Warner », Carl Veters. « Des romans aux films : James Bond et la culture de l'image », Julie Michot. « Les Champs d'honneur, texte et intertextes », Alain Payer. « Les sites « dédiés » en littérature jeunesse : des modes d'accès diversifiés à la littérature », Karel Soumagnac. « Du texte à la promenade littéraire : déconstruction, reconstruction », Anne-Marie Cojez. « La place du récit dans l'intertexte. A propos de discours tenus sur la technique », Marianne Chouteau - Céline Nguyen. « L'écriture du moi au service de la communication politique : le cas du blog d'Alain Juppé », Marieke Stein. « Le maillage intertextuel des blogs de voyage ou la production de figures du voyageur », Oriane Desceilligny - Caroline Angé. « Littérature numérique : une littérature communicante ? », Serge Bouchardon. « Ecrivains folkloriques d'Internet : expérimentation de la communication en réseau », Camille Paloque-Berges. « Du blog au livre : l'écrivain en ligne », Camille Brachet. « Du Canzoniere au journal filmé en ligne : 365 Day Project de Jonas Mekas », Marida Di Crosta.

N° 34 (2011). Écrans & Médias - Thierry Lancien. « Généalogie de l'hypertexte comme média à partir d'entretiens avec Ted Nelson », Bernard Darras, Thierry Lancien. « Le cinéma est encore mort ! Un média et ses crises identitaires », André Gaudreault, Philippe Marion. « L'image écran, de la toile à l'interface »; Jean-Claude Soulages. « Multiplication des écrans et relations aux images : de l'écran d'ordinateur à celui du téléphone portable », Marie-Julie Catoir, Thierry Lancien. « La traversée des écrans : Proxémie des dispositifs et enchaînements médiatiques », Etienne Armand Amato, Etienne Pereny. « Manipulation des médias à l'écran et construction du sens », Serge Bouchardon. « La construction d'un sens dans la polysémie du design web », Christine Breandon, Franck Renucci. « L'écran outil et le film objet : le cas de l'annotation sur Internet », Michael Bourgotte. « Ecran vidéoludique et journalisme: vers de nouvelles pratiques informationnelles », Aurélia Lamy, Philippe Useille. « Etude sémio-rhétorique du rôle de l'hypertexte dans le discours journalistique du voyageur », Alexandra Saemmer. « Les formes d'adresse au spectateur : du cinéma au jeu vidéo en passant par la bande dessinée », Gwenn Scheppler. « Playful TV screen. The playability and role of

TV in producing interactive experience », Paulina Tuomi. « L'écran du smartphone dans tous ses états », Virginie Sonet. « Les espaces de l'écran », Guislaine Chabert. « Mimesis de l'écran. Quand le contenu devient sa propre représentation », Diana Dula.

N° 35 (2012). Scientisme(s) et communication - Aurélie Tavernier. Présentation du numéro, Aurélie Tavernier. « À propos de l'engagement du savant dans le politique. Le métier d'historien – ou comment faire usage de l'histoire pour éviter d'en abuser. », Entretien avec Gérard Noiriel. « De la normalisation des savoirs à l'imposture scientifique : retour et détours de l'idéologie scientifique. », Entretien avec Roland Gori. « Savoirs et scientisme saisis par le discours. Les liaisons discursives », Roselyne Ringoot. « Positivisme ou scientisme ? Les enjeux politiques d'un point de vocabulaire », Frédéric Dupin. « Vous pouvez répéter la réponse ? L'expertise scientifique au risque de la certitude », Aurélie Tavernier. « La démocratie participative ou l'impossible refus du scientisme », Magali Nonjon. « La science sur le web. Numérisation des textes et dédifférenciation du savoir », Johannes Angermüller. « Mesure et démesure de l'emballage médiatique. Réflexions sur l'expertise en milieu journalistique », Pascal Froissart. « Mise en scène de la scientificité dans le débat citoyen. Le cas des OGM comme argument d'une lettre ouverte autour de la science », Nathalie Garric - Michel Goldberg. « Fiction, idéologie et argumentation dans le débat sur les OGM », Michel Goldberg - Maryse Souchard. « Du scientisme à l'anti-scientisme ? L'utilisation du discours scientifique comme ressource militante par " Ni Putes Ni Soumises " », Zineb Benrahhal Serghini « Délinquance juvénile : les usages journalistiques des discours sociologique et criminologique », David Pichonnaz

N° 36 (2013). Handicap et Communication - Bernard Darras & Danyelle Valente. Éditorial « La communication autrement », Bernard Darras & Danyelle Valente - « Handicap, communication & société ». Questions de Bernard Darras & Danyelle Valente à Jean-François Ravaud - « Handicap, communication & nouvelles technologies ». Questions de Bernard Darras & Danyelle Valente à Evelyn Klinge - « Accessibilité des musées : de la conception pour les enfants sourds au design for all », Simon Houriez, Julie Houriez, Komi Kounakou & Sylvie Leleu-Merviel - « Accessible Technology Design: Assessment of Problem-Solving Approaches », Claudia Rébola, Jon Sanford, Karen Milchus, Whitney Quesenbery & Daniel Castro - « Accessibilité et communication ou comment rendre visible ce qui est accessible ? L'exemple

des informations touristiques destinées aux personnes en situation de handicap en France », Frédéric Reichhart & Aggée Célestin Lomo Myazhiom - « Three points in one dot! », Fabienne Meyer & Markus Lang - « Communication graphique et cécité. : étude sémiotique pragmatique de la production et l'interprétation des signes figuratifs produits par des jeunes non-voyants », Dannyelle Valente & Bernard Darras - « Usagers et salariés sourds aux urgences : une infrastructure communicationnelle en reconstruction », Mélanie Hénault-Tessier, - « Conception rapide d'aides techniques pour personnes tétraplégiques », Philippe Truillet & Mathieu Raynal - « Map design for visually impaired people: past, present, and future research », Anke M. Brock, Bernard Oriola, Philippe Truillet, Christophe Jouffrais & Delphine Picard - « Images tactiles et cécité : étude spatio-temporelle des explorations haptiques chez les enfants déficients visuels », Oriana Orlandi, Pascal Morgan & Annie Vinter - « Literacy and Spatial Knowledge in the Absence of Sight », Susanna Millar - « Verbalisme, références aux modalités sensorielles non-visuelles et communication verbale entre adultes aveugles et voyants », Valérie Chauwey, Yvette Hatwell & Edouard Gentaz - « Image tactile : de la figuration pour les aveugles », Olivier Poncer - « Éducommunication, stimulation cognitive et évaluation des pratiques : un triangle vertueux pour la prise en charge du handicap mental ? », Audrey Bonjour & Vincent Meyer - « Accompagnement de locataires handicapés en habitat social innovant », Anne-C. Taillandier & Zaihia Zeroulou - « Usability of Vlogging: sharing ASL content online », Ellen Hibbard & Deborah Fels - « Handicap et Communication : le mot des usagers »

Colón de Carvajal, Hovig Ter Minassian, Mathieu Triclot », Jeux de gestion et enseignement des langues », Michel Vergne - « Les sites de rencontre : agencement de désirs et territoire de subjectivation », Sandra Lemeilleur - « Du virtuel psychique au virtuel numérique : vers une nouvelle culture », Serge Tisseron - « Les univers virtuels : vers une nouvelle « civilisation du loisir » ? », Laurent Trémel - « Le virtuel entre territoire et paradoxe de la simultanéité. Pour une anthropologie communicationnelle de la virtualisation », Pascal Robert - « Contre le virtuel, une déconstruction », Stéphane Vial - « Le virtuel comme notion-valise », Anolga Rodionoff

N° 37 (2013). Les Territoires du Virtuel -

Anolga Rodionoff. Éditorial. Questions à Sylvie Craipeau et Stéphane Natkin, Entretiens avec Anolga Rodionoff - « Au-delà de l'espace jouable : enjeux techniques et perceptifs du level-design », Mathilde Brion - « Gameplay et narration dans les jeux de rôle en ligne : entre standardisation et renouvellement », Édwige Lelièvre - « Des territoires virtuels entre références savantes et récit fictionnel. L'exemple d'un serious game au musée d'histoire de Nantes », Jessica de Bideran - « Ghost Invaders comme paradigme du métissage entre territoires réels, territoires virtuels, territoires fictionnels ? », Karleen Grouppierre - « Le mobilophile ou les aventuriers du lieu perdu », Richard Bégin - « Au-delà du virtuel : interactions sociales et spatiales dans et autour d'un univers vidéoludique », Manuel Boutet, Isabel

Bulletin d'abonnement

À ADRESSER À :

Éditions de l'Harmattan, Service des abonnements
5 & 7, rue de l'École-Polytechnique, F – 75005 Paris (Europe)
Fax : (33) 1 43 25 82 03. Courriel : *diffusion.harmattan@wanadoo.fr*

Veuillez m'abonner à MEI (Médiation & information) pour la durée de :

1 an (deux numéros) : 30,50 EUR en France et en Europe,
33,55 EUR pour le reste du monde,
27,45 EUR pour les étudiants *

2 ans (quatre numéros) : 61,00 EUR en France et en Europe,
67,10 EUR pour le reste du monde,
54,90 EUR pour les étudiants *

** Joindre une photocopie de la carte.*

Veuillez m'adresser la revue à l'adresse ci-après :

Prénom & nom :

Rue :

Ville, code postal, pays :

Veuillez me faire parvenir également les numéros qui manquent à ma collection :

N° 6, à 16,80 €

N° 7, à 16,80 €

N° 8, à 16,80 €

N° 9, à 16,80 €

N° 10, à 16,80 €

N° 11, à 18,30 €

Nos 12-13, à 22,90 €

N° 14, à 16,80 €

N° 15, à 18,30 €

N° 16, à 18,30 €

N° 17, à 18,30 €

N° 18, à 18,30 €

N° 19, à 18,30 €

N° 20, à 16,00 €

N° 21, à 18,30 €

N° 22, à 18,00 €

N° 23, à 18,00 €

Nos 24-25, à 24,00 €

N° 26, à 23,00 €

N° 27, à 17,50 €

N° 28, à 18,00 €

N° 29, à 18,00 €

N° 30-31, à 35,00 €

N° 32, à 19,00 €

N° 33, à 17,50 €

N° 34, à 17,50 €

N° 35, à 18,00 €

N° 36, à 18,00 €

N° 37, à 16,88 €

Veuillez trouver ci-joint mon règlement :

par chèque, à l'ordre de « Éditions de l'Harmattan – MEI » ;

par mandat national ou international ;

par bon de commande de l'établissement payeur ;

par carte bancaire (Visa, Mastercard),

n°

expirant le :

Signature :

ÉDITIONS DE L'HARMATTAN
7, rue de l'École-polytechnique. 75005 Paris.
Site Web : <http://www.librairieharmattan.com>.
Courriel : diffusion.harmattan@wanadoo.fr et harmattan1@wanadoo.fr

L'HARMATTAN, ITALIE
Via Degli Artisti, 15
10124 Turin

L'HARMATTAN, HONGRIE
Könyvesbolt, 1026. Kossuth L.U. 14-16
1053 Budapest

L'HARMATTAN BURKINA FASO
Rue 15. 167 route du Pô Patte d'oie. 12 BP 226
Ouagadougou 12. Tél. : (00226) 50 37 54 36

ESPACE L'HARMATTAN KINSHASA
Faculté des Sciences sociales, politiques et administratives
BP 243. KIN XI. Université de Kinshasa

L'HARMATTAN, GUINEE
Almamy Rue KA 028 (en face du restaurant Le cèdre) OKB Agency
BP 3470 Conakry. Tél. : (00224) 60 20 85 08. Courriel : harmattanguinee@yahoo.fr

L'HARMATTAN, COTE D'IVOIRE
M. Étien N'dah Ahmon. Résidence Karl. Cité des arts.
Abidjan-Cocody 03 BP 1588 Abidjan 03. Tél. : (00225) 05 77 87 31

L'HARMATTAN, MAURITANIE
Espace El Kettab du livre francophone. N°1472, avenue du Palais des congrès
BP 316 Nouakchott. Tél. : (00222) 63 25 980

L'HARMATTAN, CAMEROUN
BP 11486 Yaoundé Tél. : (00237) 458 67 00 ou 976 61 66. Courriel : harmattancam@yahoo.fr

LE LEVAIN DES MÉDIAS

FORME, FORMAT, MÉDIA

Sous la direction de Guillaume Soulez
et de Kira Kitsopanidou

Quelles sont précisément les relations entre les formes audiovisuelles et les médias ? Les chercheurs et professionnels réunis dans ce numéro analysent l'importance des « grandes formes » (les conventions, les genres, les formats de la télévision ou du web) qui sont au cœur des médias contemporains. Deux dimensions sont particulièrement étudiées : la structuration croissante du cinéma et de l'audiovisuel par les « formats » et les relations entre médias - ou « intermédialité » - liées au développement d'un cinéma ou d'une télévision en ligne comme nouvel espace de contraintes et d'innovation. Cause d'un modelage formel, le média peut aussi être vu comme le moteur d'une activation de certaines formes audiovisuelles : le « levain » des médias.

Ce numéro pluridisciplinaire est pour tous ceux qui s'intéressent à l'évolution actuelle du cinéma, de la télévision et des formes voisines (jeu vidéo, clip) et aux nouvelles formes audiovisuelles, tel le webdocumentaire.

What exactly are the relationships between the audiovisual forms and the media ? In this issue, academics and professionals analyze the importance of «big forms» (conventions, genres, TV-formats or web-formats), which are central for contemporary media. Two aspects are particularly studied: the increasing structuring of cinema and television by «formats» and the relationship between media - or «intermediality» - related to the development of online cinema and online television, where Internet is seen as a new space for constraints and innovation. Cause of a formal modeling, the media can also be seen as what activates certain audiovisual forms : the «leaven» of the media.

This multi-disciplinary issue will be highly useful for those who are interested in current developments in film, television and related forms (video games, videoclip, etc.), as well as new audiovisual forms such as interactive documentary.

L'Harmattan

Centre national du
Livre

ISBN 978-2-343-02374-8
Prix éditeur : 22,50 Euros